جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائيات الأجنبية الموجهة للوطن العربي

(دراسة استكشافية)

The Attitudes of Jordanian Communication Practitioners towards Foreign Satellite Channels Directed to the Arab World

(An Exploratory Study)

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام في جامعة اليرموك

أشراف استاذ دكتور

محمود ابراهيم شلبية

إعداد الطالبة

لين عاصم غرايبة

الفصل الدراسي الأول

2014

© Arabic Digital Library Yarmouk University

التفويض

أنا لين عاصم غرايبة

أفوض جامعة اليرموك بتزويد نسخة من رسالتي ورقيا وإلكترونيا للمكتبات، أو الأشخاص، أو المؤسسات والهيئات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: لين عاصم غرايبة

التوقيع:

التاريخ: / 1 / 2015

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائيات الأجنبية الموجهة للوطن العربي

(دراسة استكشافية)

The Attitudes of Jordanian Communication Practitioners towards Foreign Satellite Channels Directed to the Arab World
(An Exploratory Study)

لين عاصم غرايبة

أدب انجليزي

جامعة اليرموك /2010

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات درجة الماجستير في الأعلام، جامعة اليرموك

وقد وافق عليها

أ. د. محمود ابراهيم شلبية......................................رئيس اللجنة

استاذ دكتور في الأذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة اليرموك

د.حاتم سليم علاونة...................................... عضو مناقش

دكتور في الصحافة، كلية الاعلام، جامعة اليرموك

د.تيسير ابو عرجة...................................... عضو مناقش

دكتور في الصحافة ، كلية الاعلام، جامعة البترا

2014/9/15

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الشكر والتقدير

أتقدم بالشكر والتقدير الى استاذ الدكتور محمود شلبية في قسم الاذاعة والتلفزيون لما قدمه لي من جهد وعلم ومعرفة لإتمام هذه الرسالة.

لا بد لنا ونحن نخطو خطوتنا الأخيرة في الحياة الجامعية نعود الى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهوداً كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد.

وأتقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة الى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة والى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة.. الى جميع أساتذتنا الأفاضل في كلية الاعلام.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

فهرس المحتويات

© Arabic Digital Library Yarmouk University

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

<u>**فهرس الجداول**</u>

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

غرايبة، لين عاصم، اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائيات الأجنبية الموجهة للوطن العربي، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، 2014. (المشرف.د.محمود ابراهيم شلبية)

الملخص

تهدف هذه الدراسة الى التعرف الى اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو برامج الفضائيات الأجنبية، في أطار نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال؛ ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام منهج المسح الإعلامي للإعلاميين للأردنيين العاملين في المؤسسات الإعلامية بعينة تتكون من 280 اعلامي/اعلامية، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، من المؤسسات الإعلامية على النحو التالي: من الصحف الأردنية (الرسمية والخاصة) بنسبة 35.2%، القنوات الأردنية (الرسمية والخاصة) بنسبة 6.4%، الوكالات الإلكترونية الأردنية (الرسمية والخاصة) 19.6%، القنوات الأجنبية بنسبة 14.6%، الإذاعات الأردنية (الرسمية والخاصة) بنسبة 11.0%، وبلغ عدد الاستبانات التي اعتمدت 280 نسخة.

وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية:

1. يشاهد 71.2% من الإعلاميين الأردنيين القنوات الأجنبية الموجهة للوطن العربي.
2. يشاهد معظم الإعلاميين الأردنيين القنوات الأجنبية لمدة أقل من ساعة يومياً، كما يشاهدون برامج هذه القنوات بشكل أسبوعي وبنسبة53.0%.
3. تبين من هذه الدراسة أن قناة روسيا اليوم هي القناة الأجنبية الأكثر تفضيلاً لدى الإعلاميين الأردنيين بنسبة 3.07%.
4. تتسم القنوات الأجنبية أحياناً بالمصداقية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في الوطن العربي والأحداث الدولية من وجهة نظر الإعلاميين الأردنيين.
5. يرتبط الطرح الاعلامي للقنوات الأجنبية بأجندات سياسية معينة من وجهة نظر الإعلاميين الأردنيين بنسبة 55.0%.
6. الأنماط البرامجية التي يفضل الإعلاميون مشاهدتها بنسبة كبيرة 21.8% هي البرامج الإخبارية.
7. يفضل الإعلاميون الأردنيون مشاهدة البرامج الحوارية كبرامج المناقشات ذات الطابع الأخبارين بنسبة 18.0% مقارنة بالبرامج الأخرى.

الكلمات المفتاحية: (اتجاهات، الاعلاميين، الفضائيات الأجنبية، الفضائيات الموجهة)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

The attitudes of Jordanian mass communication workers towards foreign satellite channels directed to the Arab world (An exploratory study)

Abstract

This study aims at identifying the attitudes of Jordanian mass communication workers towards foreign satellite channels directed to the Arab world, within the framework of mass communication dependency theory. The study adopts the survey approach for mass communication. The study sample consisted of (300) randomly- selected communication workers distributed as follows: Respondent as follows: workers at Jordanian newspapers (public and private) constituted35.2%, of the sample, workers at Jordanian television channels (both public and private) 6.4%, workers at electronic news agencies (public and private) 19.6%, workers at foreign channels (14.6%) , and workers at F.M radio stations (public and private) 11.0%.

The results of the study show that:

1. 71.2% of Jordanian mass communication workers watch or tune to foreign channels or radio station directed to the Arab world.
2. Most Jordanian mass communication workers watch foreign channels or tune to F.M. station for less than an hour a day at a rate of 53.0% every week.
3. Russian today is the favorite channel for most Jordanian mass communication workers at a rate of 3.07%.
4. Foreign channels occasionally have credibility in their coverage of current event in the Arab world and worldwide.
5. Foreign channels treatment is linked to certain political agendas according to 55.0% of the study sample.
6. Jordanian mass media workers prefer news shows to other type of programmes at a rate of 21.8%.
7. Finally, Jordanian mass communication workers prefer talk shows dealing with recent events over other shows at a rate of 18.0%.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

مقدمة:

نظرا للثورة الهائلة في تكنولوجيا الاتصال والحاسبات وشبكات المعلومات، اتسع نطاق مفهوم وسائل الإعلام، وأصبح هناك ما يعرف بوسائل الإعلام الجديدة والتي تعتمد على الانترنت والتداخل والتكامل بين شبكات المعلومات والحاسبات والبث الفضائي التلفزيوني. وظهرت كتابات عديدة لخبراء وباحثين في مجال الإعلام والاجتماع والثقافة تتحدث عن الصحافة والإذاعة والتلفاز باعتبارها مواضيع قديمة!! فهي وسائل إعلام قديمة وليس لها مستقبل إذا ما قورنت بوسائل الإعلام الجديدة التي تتيح المجال لعالم جديد وحياة من نوع فريد لم تعرفه البشرية، تنمحي فيه المسافات، ويقل فيه تأثير الزمن والمال والقوة السياسية.. وتزول فيه الفروق بين امكانيات وقدرات المرسل والمستقبل وتتحقق فيه درجة غير مسبوقة من الحرية والمشاركة الشعبي، فهل يمكن أن يتحقق ذلك؟(al-jazirah.com)

ونظراً لتطور وسائل الإعلام وإدخالها في منظومة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات فقد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من تلك المنظومة في العقد الأخير من القرن العشرين وقد اتسمت هذه الوسائل بالسرعة والانتشار من الرسالة إلى الوسيلة، إلى الجماهير داخل المجتمع الواحد أو بين المجتمعات، وهي تشمل ثلاث مجالات.(maisamir77.blogspot)

- ثورة المعلومات أو ذلك الانفجار المعرفي الضخم، المتمثل في الكم الهائل من المعرفة.
- ثورة وسائل الاتصال المتمثلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية، وانتهت بالأقمار الصناعية والألياف البصرية.
- ثورة الحسابات الإلكتروني التي امتزجت بوسائل الاتصال واندمجت معها والانترنت أحسن مثال على ذلك.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

ولا ريب في أن البث المباشر للتلفاز تغير كلياً بأستخدام الأقمار الصناعية إذ ظهر التلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي. ويلزم التنوية الى أندماج التلفاز والشبكة العنكبوتية الدولية (الإنترنت) بشكل يكاد يكون كاملاً،إذ أصبح بمقدور الفرد إستخدام جهاز التلفاز لمشاهدة برامجه بالأضافة الى التجوال عبر شبكة اللإنترنت وأرسال وإستقبال رسائل البريد الإلكتروني. وفضلاً عن ذلك بات بإمكان أستخدام جهاز الكمبيوتر كجهاز أستقبال لبرامج الراديو والتلفاز.(خبير،sudaress.com)

وخدمت هذه التكنولوجيا الأعلامية الأعلام الدولي بشكل كبير بحيث أصبح من المجالات الهامة والمؤثرة على العالم العربي بشكل خاص.

ولقد أضفى انفجار المعلومات وثورة الاتصال طابعاً دولياً على كافة وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث أصبح من الصعب تفرقة ما هو إعلام وطني، وما هو أعلام دولي. (الحطامي: 2011، ص32) ومن الملاحظ اليوم أن المنطقة العربية تعيش بطبيعتها أنفجاراً لافتاً للأنتباه من الناحية الأعلامية والأتصالية في مجال إنشاء الفضائيات. وقد شهد هذا الأنفجار في الفترة الواقعة بين سنة 2000 و 2010 ظهور عدد كبير من الفضائيات الأجنبية الموجهة الى العالم العربي والناطقة باللغة العربية. ويعكس هذا الأنفجار تنوعاً رهيباً في التوجهات والمضامين والأنتماءات الأيدولوجية والسياسية والثقافية والدينية. (وناس، 2002، ص10)

وفي ضوء أنتشار القنوات الأجنبية الموجهة للوطن العربي، كقناة البي بي سي العربية وفرانس 24 وتي ار تي التركية وروسيا اليوم سعت الباحثة في هذه الدراسة الى التعرف على أتجاهات الأعلاميين نحو الفضائيات الأجنبية الموجهة للعالم العربي، وقد تكون البحث من عدة فصول جاءت بدايتها بالفصل الأول الذي يحمل في طياته الأطار المنهجي لهذه الدراسة بما في ذلك مشكلة الدراسة ،

أهميتها وأهدافها وتساؤلاتها والدراسات السابقة ونظرية الأعتماد على وسائل الأعلام. أما الفصل الثاني فاحتوى على الأطار النظري الذي تطرق الى الأتجاهات كخصائصها وتكوينها ثم الأعلام والأتصال من حيث مفاهيمه وأهميته ثم الفضائيات الأجنبية ثم الأعلام الدولي ثم الأذاعات الدولية الموجهة الى العالم العربي وأخيراً القنوات الأجنبية الموجهة للعالم العربي والناطقة باللغة العربية. واشتمل الفصل الثالث على نتائج الدراسة ومعاييرها ونسبها المئوية واهم نتائج الدراسة التي بينت ان نسبة عالية من الاعلاميين الاردنيين يشاهدون القنوات الاجنبية الموجهة الى الوطن العربي وان قناة روسيا اليوم هي اكثر القنوات تفضيلا لدى الاعلاميين الاردنيين.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الفصل الاول

الاطار المنهجي للدراسة

مشكلة الدراسة:

تتمثل **مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية ودوافع التعرض للفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية .**

أهمية الدراسة:

- تنبع أهمية الدراسة من أهمية الدور الحيوي للإذاعات والفضائيات الأجنبية الموجهة للمتلقين في الدول الأخرى بلغات تلك الدول لخلق صور وانطباعات إيجابية، و التأثير في الكيان السياسي والرأي العام في تلك الدول.
- تعتبر هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تهتم بتعرض الاعلاميين الأردنيين للفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية، ومدى اعتماد هؤلاء الاعلاميين عليها للحصول على معلومات حقيقية ودقيقة حول القضايا العربية والدولية والأحداث الجارية في المنطقة.
- تكتسب الدراسة بعداً موضوعياً ومجتمعياً في ظل الاهتمام العالمي في بث الفضائيات الأجنبية الى العالم العربي.
- تكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة في ضوء تزايد عدد القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية خلال السنوات الأخيرة، وبشكل متزامن مع الأحداث المتتالية التي شهدتها المنطقة العربية كظاهرة تستحق الدراسة.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

- الاعتماد السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من القوى السياسية بهدف أحكام قبضتها على سير الأمور، واعتبارها جزءاً لا يتجزأ من استراتيجياتها السياسية الخارجية لمعظم الدول.
- تأتي هذه الدراسة لحاجة ناتجة عن قلة الدراسات المتعلقة بالاتصال والإعلام الدولي الذي يهتم بالقضايا العالمية المتعلقة بالأمور السياسة والاقتصادية والاجتماعية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف الى الهدف الرئيسي لهذه الدراسة وهو:

- اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائيات الأجنبية الإخبارية الناطقة باللغة العربية وما يلي هذا الهدف من أهداف أخرى كالتعرف على:
- عادات المشاهدة للإعلاميين الأردنيين وتوجهاتهم نحو الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية.
- دور الفضائيات الموجهة باللغة العربية ومعرفة مدى اتسامها بالحيادية والموضوعية في طرحها الإعلامي.
- مدى نجاح هذه الفضائيات في خلق صور وانطباعات ايجابية عند المتلقين في الدول الأخرى.
- مدى مصداقية الفضائيات الموجهة وهل تعمل هذه الفضائيات وفقاً لمصالحها ولأجندات معينة في العالم العربي.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى الإجابة على :

- ما اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية؟
- ما مدى مصداقية القنوات الفضائية الموجهة للعالم العربي؟ وما مدى الثقة بها؟
- إلى أي مدى تتسم هذه الفضائيات بالحيادية والموضوعية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي؟
- ما هي دوافع الإعلاميين من وراء مشاهدة الفضائيات الأجنبية الإخبارية الموجهة للعالم العربي؟
- ما هي القناة الأكثر تفضيلاً لدى الإعلاميين الأردنيين؟ وهل تحقق حجم مشاهدة عالياً؟
- ما الموضوعات والبرامج التي يفضل الإعلاميون الأردنيون مشاهدتها على الفضائيات الموجهة؟
- هل يرتبط طرح الفضائيات الاجنبية الاعلامي بأجندات سياسية مقنعة؟

مصطلحات الدراسة:

الفضائية الأجنبية: هي القناة التلفازية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية، من دول غير عربية سواء أكانت برامجها باللغة الأجنبية أم باللغة العربية.

الإعلاميون الأردنيون: هم المختصين في المؤسسات الإعلامية الأردنية (الحكومية والخاصة) سواء كانوا من الإعلاميين في المحطات الإذاعية والتلفزيونية ووكالات الأنباء الأجنبية والوطنية، أم الصحفيين في الصحف الورقية والالكترونية.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الإتجاه: حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلاله خبرة الشخص، وتكون ذات أثر توجيهي أو دينامي في استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة وقد تكون هذه الاتجاهات إيجابية أو سلبية، كما قد تكون عامة أو نوعية. (بدوي: 1986، ص24)

نظرية الدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الأعلام Dependency theory

يمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بما يلي: سوف تزداد قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز. وهذا الاحتمال سوف تزداد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك فأن تغيير سلوك الجمهور ومعارفه ووجدانه يمكن أن يصبح تأثيراً مرتداً بسبب تغير كل من المجتمع ووسائل الاتصال.(عبد الظاهر، www.uqu.edu.sa)

وتعتمد هذه النظرية على الكشف عن الاسباب التي تجعل لوسائل الاعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة، وأحياناً أخرى تجعل لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. و قد يوحي أسم هذه النظرية إلى أن العلاقة الرئيسة التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور. وقد تكون هذه العلاقات مع نظم ووسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد عناصرها مثل: الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون و السينما.(د.نجم، طه،www. blogspot,drtahanegm).

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال على ركيزتين أساسيتين هما:

1. الأهداف: كي يحقق الأفراد والجماعات أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فأن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات والعكس صحيح.

2. المصادر: تتحكم وسائل الاتصال بثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

- جمع المعلومات: يقوم الصحفي بجمع المعلومات التي نحتاج إلى معرفتها
- تنسيق المعلومات: يتم تنقيح المعلومات التي جمعها الصحفي لتخرج على شكل قصة صحفية أو برنامج تلفزيوني.
- نشر المعلومات وتوزيعها على أكبر عدد من الجمهور. (حسين مكاوي وليلى السيد،1998،ص314)

النماذج الأساسية التي ساهمت في بناء نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال

1. النموذج الإدراكي:

إن الأفراد كالنظم الاجتماعية، يعتمدون على وسائل الاتصال لتحقيق الفهم كمعرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، وتحقيق التوجيه الذي يشتمل على توجيه العمل كأن تقرر ماذا تشتري وتوجيه تفاعلي كالحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة وصعبة. ومن الأهداف التي يحققها الأفراد التسلية وتشمل الراحة والاسترخاء والاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة. (حسين مكاويــ، ليلى السيد، ص315)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

2. نموذج التفاعل الرمزي:

إن بناء المعنى موضع اهتمام رئيس في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ويعتمد الذين يعيشون في مجتمعات حديثة على مصادر المعلومات ووسائل الاتصال كي تخبرهم عن مجموعة كبيرة ومتنوعة من الأماكن والأحداث والأشخاص.(ديفلير،1992،ص429)

وقد يؤدي الاعتماد على وسائل الاتصال إلى حصول الفرد على المعلومات التي تفسر الوقائع من حوله، وتساعد في تفهم الأزمات والتفاعل معها وأساليب مواجهتها كما يتمكن الفرد من اكتساب القيم والمعايير القائمة في المجتمع وتغيير أو تعديل أو اكتساب أراء واتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به.

(حرب،2008،ص13)

وينتج عن اعتماد الفرد على وسائل الاتصال مجموعة من التأثيرات أهمها:

أولاً: التأثيرات المعرفية وتتضمن:

1. إزالة الغموض: الذي يحدث في المجتمع نتيجة عدة أسباب، منها:

- **الأزمات:** فالأزمات تجعل الجمهور يتعرض بصورة كبيرة لوسائل الاتصال، لرغبة أفراده في الحصول على مزيد من المعلومات تجاه الأزمة أو الخطر الناتج أو المتوقع حدوثه نتيجة الأزمة.
- **الكوارث:** والتي قد تحدث نتيجة ظروف طبيعية غير متوقعة تفاجئ المجتمعات، كما تحدث نتيجة بعض الحوادث غير المتوقعة في المجتمع.
- **التغيير الاجتماعي:** خاصة في المجتمعات التي تشهد عمليات تنمية سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.(ديفلير،1992،ص430).

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

2. **تشكيل الاتجاهات:** يستخدم الأفراد معلومات وسائل الاتصال في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع، حيث تساهم وسائل الاتصال في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا عديدة مثل: البيئة وأزمات الطاقة.

3. **ترتيب الأولويات:** تلعب وسائل الاتصال دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا والمشكلات المطروحة في المجتمع.

4. **أتساع المعتقدات:** تساهم وسائل الاتصال في توسيع المعتقدات التي يدرسها أفراد الجمهور. ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى: الأسرة أو الدين أو السياسة الأمر الذي يعكس الاهتمامات الرئيسة للأنشطة الاجتماعية.

5. **التأثير في القيم:** تقوم وسائل الاتصال بدور كبير في تعريف القيم، والتي هي مجموعة من المعتقدات التي يشترك فيها أفراد الجماعة مثل: المساواة التسامح الأمانة.(حرب،2008،ص13- ص14)

ثانياً: التأثيرات الوجدانية

1. **الفتور العاطفي:** يفترض أن تؤدي كثرة التعرض للعنف في وسائل الاتصال إلى شعور الامبالاة ولكن ليس بالضرورة أن يحدث هذا الشعور فربما يؤدي تعرض الأفراد لمشاهدة العنف، إلى إثارة الدافع لديهم لاتخاذ مواقف ضد ممارسي هذا العنف.

2. **الخوف والقلق:** عندما تعرض وسائل الاتصال أحداث الرعب والعنف والكوارث، فأنها تثير مشاعر الخوف والقلق لدى الجمهور المتلقي.

3. **الدعم المعنوي:** يكون لوسائل الاتصال دور رئيس في المجتمع، ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

ثالثاً: التأثيرات السلوكية

1. **التنشيط:** قد يصبح التنشيط سلبياً في حال اتخاذ الفرد سلوكات ضارة بالمجتمع، كالمشاركة في أعمال العنف والجرائم.
2. **الخمول:** أي عدم النشاط وتجنب القيام بفعل ما . ويتمثل ذلك بالعزوف عن المشاركة في الأنشطة المختلفة التي تفيد المجتمع، وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل.(حرب ،ص15)

الدراسات السابقة:

نستعرض في هذه الدراسة عدداً من الدراسات السابقة التي تناولت القنوات الأجنبية، إلا أن الباحثة استطاعت رصد الدراسات الآتية:

دراسة، حنان محمد إسماعيل يوسف(2001) بعنوان: المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي CNN وEuro news '' رسالة دكتوراه.

أجرت الباحثة دراسة تحليلية وأخري ميدانية من خلال منهج المسح، واعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية علي عينة عشوائية منتظمة بأسلوب الأسبوع الصناعي لتحليل مضامين شبكتيCNN و Euro news وذلك خلال الفترة من ديسمبر 1999 إلى مايو 2000، كما اعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية علي عينة غير عشوائية عمديه قوامها 200مبحوث من النخبة العربية المقيمة بالقاهرة.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

أهم نتائج الدراسة:

1. كثرة عدد الأخبار الواردة عن دول العالم العربي في أداء الشبكتين وإن تفوقت في ذلك شبكةCNN الأمريكية على نظيرتها الأوروبية، الأمر الذي ينفى اتهام دول العالم النامي ومن بينها العالم العربي للدول المتقدمة من إهمالها وتجاهلها، وإن لم ينف شبهة عدم التوازن والتحيز.

2. لعبت العلاقات السياسية بين الدول دورا في تحديد شكل واتجاه المعالجة الإخبارية، فالدول العربية التي تحتفظ بعلاقات طيبة مع الولايات المتحدة وأوروبا تصبح معالجة قضاياها أفضل وتميل نحو الايجابية، و العكس صحيح.

3. احتل سبب معرفة الأخبار العالمية أعلى المعدلات تلاها سبب اكتساب خبرات جديدة ثم هدف معرفة الأخبار المحلية ؛ وهذا فيما يتعلق بأسباب مشاهدة الخدمة الأجنبية.

4. وفيما يتعلق بأسباب عدم المشاهدة ظهر وعى الجمهور بمدى تحيز شبكةCNN . كما تؤكد الدراسة أن حجم الاعتماد على هذه الخدمات كمصدر للأخبار غير منتظم أو دائم، وإنما يتوقف على متغيرات أخرى أبرزها الأحداث الجارية، وحجم الاعتماد يختلف وفقا لغياب المصادر الأخرى للمعلومات والرغبة فى فهم أحداث حدث ما من الأحداث الطارئة.

دراسة تحسين منصور(2002): بعنوان "الفضائيات الأجنبية: استخداماتها وتأثيراتها المحتملة على الشباب الأردني".

هدفت هذه الدراسة إلى معالجة موضوع استخدام الشباب الأردني للفضائيات الاجنبية، وتقديم رؤية تحليلية للأثار المحتملة الناجمة عن تلك الاستخدامات، على عينة من شباب جامعة اليرموك قوامها

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

504 من الطلاب المسجلين في الفصل الصيفي 99/98 بجامعة اليرموك تم اختيارهم بأستخدام العينة العنقودية ذات المرحلتين المأخوذة من طبقات. وتوصلت الدراسة الى أن الشباب الجامعي يشاهد الفضائيات الأجنبية من خمسة الى سبعة أيام في الأسبوع وبنسبة38.8%، كما يشاهدون هذه الفضائيات يومياً من ساعة الى ساعتين بنسبة 34.2% كأعلى نسبة مشاهدة. وتبين أن الفضائيات الأجنبية لها تأثيرات أجتماعية وسلوكية سلبية، وآثار معرفية أيجابية، وأثار مختلطة على استخدام الشباب لها.

دراسة عيسى شماس (2005) بعنوان "تأثير الفضائيات الأجنبية على الفئة الشبابية".

هدف البحث إلى تحديد مدة مشاهدة الشباب للقنوات الأجنبية ومدى إقبالهم عليها، إضافة إلى التعرف على الموضوعات التي يفضل الشباب مشاهدتها في تلك القنوات، لعينة بحثية مقدارها 116 فرداً من طلبة كلية التربية في جامعة دمشق وللعام الدراسي 2004/2003. وقد أظهرت الدراسة أن مدة مشاهدة الشباب لبرامج القنوات الأجنبية تتراوح بين ساعتين الى أربع ساعات يومياً. وظهر تأثر الذكور بالقنوات الفضائية الأجنبية أكثر من تأثر الإناث وقد فضل معظم الشباب من الجنسين مشاهدة البرامج الاجتماعية والثقافية ثم البرامج السياسية والجنسية والموسيقية.

دراسة د. طالب علاوي (2005) بعنوان "اتجاهات الإعلام الإيراني إزاء الاحتلال الأمريكي للعراق".

اهتمت هذه الدراسة بالتعرف الى اتجاهات الإعلام الإيراني إزاء الاحتلال الأمريكي للعراق، من خلال تحليل المضمون الإعلامي لأخبار العراق في قناة العالم الإخبارية للنشرة الإخبارية المسائية ولفترة زمنية مقدارها شهر واحد وجاءت نتائج الدراسة على النحو الآتي:

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

تنوعت الموضوعات الإخبارية التي تهم العراق في نشرات الأخبار لقناة العالم، إلا أن الأخبار السياسية احتلت المرتبة الأولى من بين تلك الأنواع الإخبارية، تلتها الأخبار العسكرية ثم الأخبار الاقتصادية ثم الأخبار الاجتماعية والإنسانية.

كما ركز الإعلام الإيراني اثناء الاحتلال الأمريكي للعراق على عدة اتجاهات كان أهمها محاولة أمريكا تحرير الشعب العراقي من حكم صدام وعدم شرعية الحرب على العراق، تلتها اتجاهات قضية امتلاك أسلحة دمار شامل ، إضافة إلى اتجاهات الأوضاع الأمنية في العراق.

دراسة عربي الطوخي (2011) بعنوان "المعالجة الإخبارية لأحداث الثورة المصرية في قناتي العربية والبي بي سي العربية ".

تتحدد المشكلة البحثية هنا في السعي الى فهم المعالجة الإخبارية لأحداث الثورة المصرية في نشرات الأخبار لكل من قناتي العربية، وقناة بي بي سي العربية، من خلال تحليل أسلوب وأبعاد هذا التناول، والكلمات المحورية والأفكار المستخدمة، والشخصيات المحورية لأخبار ثورة 25 يناير المصرية. وقد شملت عينة الدراسة النشرة الإخبارية المسائية لقناة العربية (أخبار الساعة)، والنشرة المسائية لقناة الــ بي بي سي (حصاد اليوم)، لفترة زمنية مقدارها شهرً واحد.

أهم نتائج الدراسة:

ركزت التغطية الإخبارية لقناتي العربية والــ بي بي سي العربية، على الموضوعات الأمنية كأحداث العنف بين المتظاهرين المدنيين والشرطة، تلتها الموضوعات السياسية من تصريحات المسؤولين والحكومة، ثم الموضوعات الاقتصادية كأخبار البورصة والبنوك.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

والشخصيات المحورية في التغطية الاخبارية للشخصيات المحلية المتمثلة في المجلس الأعلى للقوات المسلحة والنائب العام المصري والجمهور (شهود عيان)، أما الشخصيات الدولية فقد كان دورها بين معارض ومحايد. ومن هنا نرى أن التغطية الإخبارية تعكس اهتمام الشخصيات بإبراز موقفها من الأحداث.

قدمت التغطية حلولاً تتلخص في إجراء تعديلات دستورية وكشف رموز الفساد وتكليف المجلس الأعلى للقوات المسلحة بإدارة شؤون البلاد.

الدراسات الأجنبية:

دراسة Mohammed El-Nawawy (2012) بعنوان "الدبلوماسية الأمريكية في المنطقة العربية"

طبقت هذه الدراسة على عينة من طلاب الجامعات العربية في خمس دول عربية واستطلعت آراءهم بشأن تصوراتهم حول مصداقية الأخبار التي تبثها شبكتا سوا الإذاعية وتلفزيون الحرة التابعتان للولايات المتحدة الأمريكية مستهدفة الجماهير العربية، لتقييم مصداقية تلك الشبكتين عبر استخدام 12 بنداً قام بوضعها كازيانو وماكغراث.

وجدت الدراسة عدم وجود علاقة بين تردد المشاركين من الاستماع إلى راديو سوا وإدراكهم بمصداقية أخبارها. علاوة على ذلك كشفت الدراسة أن اتجاهات الطلبة السياسية الخارجية ازدادت سوءاً منذ أن بدأت الاستماع إلى راديو سوا ومشاهدة قناة الحرة.

وذكر العديد من المشاركين في هذه الدراسة أنه إذا رغبت الولايات المتحدة في تحسين صورتها في العالم العربي يجب عليها الخروج من العراق واعتماد سياسة منصفة للصراع الفلسطيني الإسرائيلي.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

وأظهرت نتائج الدراسة أن الدهاء السياسي والجهود الدبلوماسية العامة للإدارة الأمريكية في الشرق الأوسط غير فعالة بالنظر الى سياسات أميركا على أرض الواقع.

<u>دراسة Haydar Sadig (2011)" العلاقات الدولية والأقمار الصناعية: نحو فهم جديد للدبلوماسية في العصر المعلوماتي"</u>

تناول البحث بعض المتغيرات التي طرأت على العمل الدبلوماسي في ضوء أعادة صياغة الخارطة الإعلامية والسياسية للعالم بعد انتهاء الحرب البادرة. وركز الباحث على محطة CNN الأميركية باعتبارها أداة من أدوات الدبلوماسية الحديثة، ولانها قامت بالتغطية الإعلامية لحرب الخليج الثانية، دون أن يهمل غيرها من المصادر. وأظهرت نتائج الدراسة وجود أثر مهم لدور الدبلوماسية الجديدة في عملية الاتصال الجماهيري والاتصال الثقافي حيث يمكن صياغة سياسات متناغمة بين الدول مالم تكن تتعارض مع الثقافات الأخرى.

<u>دراسة Aziz Douai (2011) " تصور الجمهور العربي للإصلاح السياسي في قناة الحرة ودورها في الإصلاح"</u>

تقدم هذه الدراسة مجموعة من الآراء التي جمعت من مقابلات متعددة أجريت مع عدد من جمهور قناة الحرة في المغرب. وتناولت هذه الدراسة قضايا الجمهور العربي كما تقدمها قناة الحرة الأمريكية إضافة إلى كيفية تناولها للدبلوماسية الأمريكية العامة في المنطقة. وتشير نتائج الأدلة التي يستند عليها جمهور قناة الحرة إلى أن القناة تواجه تحدياً كبيراً لتحقيق الأهداف المعلنة عنها، كما أنه يجب على هذه القناة أن تعيد النظر في احتياجات الجمهور وتصوراته وأن تكون على دراية في التعامل مع جمهور الشارع العربي.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

التعقيب على الدراسات السابقة:

ويعود السبب في توجهات الأعلاميين نحو الفضائيات الأجنبية الموجهة الى العالم العربي الى قدرة هذه الفضائيات الى أحداث تأثيرات معرفية وسلوكية ووجدانية. وكانت أبرزها التأثيرات المعرفية على اتجاهات الأعلاميين في هذه الدراسة، حيث بلغت بدرجة عالية توجهات الأعلاميين نحو برامج الفضائيات نظراً لقدرتها على تقديم معلومات دقيقة وحقيقية حول القضايا العربية والدولية والأحداث الجارية في المنطقة، ونظراً الى ان المنطقة العربية هي دائماً منطقة للأحداث والصراعات السياسية مما يؤدي الى توجه الأعلاميين نحو الفضائيات بهدف أزالة الغموض وفهم الواقع. ونظراً الى التمويل الهائل التي تتمتع به معظم الفضائيات الأجنبية باتت قدرتها عالية في معرفة الخبر وسهولة الحصول عليه وقت وقوعه مما أدى الى أعتماد معظم الأعلاميين الأردنيين على هذه الفضائيات في الحصول على المعرفة بالقضايا السياسية ويعد هذا مؤثر معرفي بتشكيل الأتجاهات للأفراد نظراً لاعتمادهم على وسائل الأتصال في الحصول على المعلومات. وتتميز معظم الفضائيات الأجنبية الى قدرتها على عرض معظم الأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية والرياضية. فيعتمد الجمهور المستهدف على هذه الفضائيات في معرفة القضايا والمشكلات المطروحة في المجتمع، وتساهم الفضائيات الأجنبية في عرض وتقديم معظم البرامج والمناسبات الدينية والاجتماعية والسياسية حول العالم، مما يؤدي الى أتساع المعتقدات والاهتمامات الاجتماعية لدى الجمهور المستهدف.

نوع الدراسة ومنهجها

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات التي تعتمد المنهج الوصفي. وفي هذا الإطار تم الاعتماد على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات من مفردات مجتمع الدراسة.(الحيزان،1998،ص79)

وتهدف الدراسة إلى وصف وتشخيص اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية.

مجتمع وعينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من 280 أعلامي/إعلامية من الإعلاميين الأردنيين العاملين في المؤسسات الإعلامية المختلفة (الرسمية والخاصة) كالعاملين في الصحف الإخبارية الورقية والمواقع الإخبارية الالكترونية وكالات الأنباء الأردنية والأجنبية، والقنوات الأردنية الرسمية والخاصة، إضافة إلى القنوات الأجنبية والإذاعات الأردنية الرسمية والخاصة واذاعات المجتمعات المحلية الرسمية والخاصة. وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، لأن العينة العشوائية المنتظمة تعطي تمثيلاً أفضل لمجتمع الدراسة من العينات الأخرى. (عليان،غنيم،ص146)

ومجتمع هذه الدراسة كان على النحو الآتي: العاملون في الصحف الإخبارية الورقية بنسبة 35.02%، والعاملون في المواقع الإخبارية الالكترونية ووكالات الأنباء الأردنية بنسبة 19.06% أما العاملون في القنوات الأجنبية والوكالات الأجنبية فكانت نسبتهم 14.06%، وجاءت نسبة القنوات الأردنية الرسمية بنسبة 13.02%، والقنوات الأردنية الخاصة 6.04%. أما الإذاعات الأردنية فكانت بنسبة 11.05%.

أداة الدراسة:

الاستبانة:

اعتمدت هذه الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات بهدف التحقق من أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها. حيث تم تطوير استبانة قادرة على جمع البيانات والمعلومات تكونت هذه الاستبانة من ثلاثة محاور:

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: عادات وأنماط المشاهدة

المحور الثالث: تقييم دور القنوات الأجنبية تجاه الإعلاميين الأردنيين

صدق الاستبانة وثباتها:

تم عرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء المتمرسين في الإعلام والاتصال وإعداد الاستبيانات لإجراء الصدق الظاهري على الاستبيان، وكانت لديهم بعض الملاحظات من ناحية نوع الأسئلة وصياغتها وتسلسلها. ووضعت هذه الملاحظات بعين الاعتبار و تم الأخذ بها. كما تم تطبيق الاستبيان على عينة استطلاعية من خارج عينة البحث ولكنها متفقة معها في الخواص و ذلك لاختبار صلاحية أسئلة الاستبيان و قياس مستوى و وضوح الأسئلة، حيث تم تحديد درجة استجابة المبحوثين للاستبيان موضع الدراسة، وكانت درجته جيدة إذ لم يجد المبحوثون غموضاً أو إطالة في الأسئلة المطروحة .

اختبار الثبات:

يقصد بالثبات قدرة الباحث على أعادة الدراسة أو القياس مرة أخرى مع الحصول على نفس النتيجة.(الوفائي:1989،ص111)

فيما يتعلق باختبار الثبات الظاهري لأداة الدراسة، فقد أجرت الباحثة دراسة قبلية (pre-test) على ما نسبته (10%)، من عينة الدراسة للتأكد من مدى صلاحية الأداة للتطبيق، ومدى قياسها لما وضعت لقياسه، وقد استفاد ت الباحثة من ملاحظات المبحوثين على الإستبانة، حيث قامت بتعديلها قبل توزيعها على المبحوثين بصورتها النهائية.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

مفهوم الاتجاهات

والاتجاه هو "مجموع ميول ومشاعر الفرد وقناعاته تجاه مثير معين. ومن هذا التعريف يتبين إن الاتجاه النفسي يتأثر بميول ومشاعر قد تكون أنية وبنفس الوقت يتأثر بقناعات مبنية على تجارب مسبقة وهذه القناعات تسودها الناحية المعرفية. (النفاخ، 2008، ص124)

ويعرفها هارلي أبشو Upshow للأتجاهات أنها المواقف التي يتخذها الأفراد في مواجهة القضايا والمسائل والأمور المحيطة بهم بحيث يمكن أن تستدل على هذه المواقف من خلال النظر الى الأتجاه على أنها بناء يتكون من ثلاثة أجزاء وهي: (صديق، 2012، ص7+ص8)

- **المكون العاطفي (الأنفعالي):** يعود الى مشاعر الشخص ورغباته حول قضية أجتماعية ما، أو قيمة معينة، أو موضوع ما، إما في أقباله عليه أو نفوره منه، إي قد تكون أستجابة سلبية أو أيجابية وهذا يرجع الى الجانب العاطفي لكل أنسان. وأحياناً يكون هذا الشعور غير منطقي، فالقبول أو الرفض، والحب أو الكره قد يكون دون مسوغ واضح أحياناً.

- **المكون المعرفي:** يشيرالى المعلومات والحقائق والمعارف والأحكام والمعتقدات والقيم والآراء التي ترتبط بموضوع الاتجاه، أي مقدار ما يعلمه الفرد عن موضوع الأتجاه. فكلما كانت معرفته بهذا الموضوع أكثر كان أتجاهه واضحاً أكثر. فالطالب الذي يظهر أستجابات تقبلية نحو الدراسات الاجتماعية مثلاً قد يملك بعض المعلومات عن طبيعة هذه الدراسات ودورها في الحياة

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الأجتماعية، وضرورة تطويرها لإنجاز حياة مجتمعية أفضل، وهي أمور تتطلب الفهم والتفكير والمحاكمة والتقويم.

- **المكون السلوكي:** يتمثل في أستجابة الفرد تجاه موضوع الأتجاه بطريقة ما، قد تكون سلبية أو أيجابية، وهذا يعود الى ضوابط التنشئة الاجتماعية التي مر بها هذا الفرد. وتتباين هذه المكونات الثلاثة، من حيث درجة قوتها وشدة شيوعها واستقلاليتها، فقد يكون لدى الفرد معلومات وحقائق كافية عن مسألة ما (المكون المعرفي) لكنه لا يشعر برغبة أو ميل عاطفي تجاهها (المكون الأنفعالي) تؤدي به الى أتخاذ أي عمل حيالها (المكون السلوكي)، وفي الوجه المعاكس ربما يكون هناك تفان عاطفي تجاه موضوع ما (المكون الأنفعالي)، على الرغم من أنه لا يملك معلومات كافية عن هذا الموضوع (المكون المعرفي).

خصائص الاتجاهات

جعلت خصائص الاتجاهات موضوعاً لكثير من الدراسات، ولكن نتائج هذه الدراسات: واعتماداً على ما تبرزه يمكن ذكر الخصائص التالية: (الرفاعي،http:// arab-ency.com)

- الاتجاه حادث نفسي لا يخضع للملاحظة مباشرة، شأنه في ذلك شأن الذكاء والشخصية، ولكنه يمكن أن يدرس عن طريق ما يؤدي إليه أي عن طريق السلوك الذي يظهره والذي يمكن أن يكون موضوع ملاحظة مباشرة. ومن هذه الزاوية كثيراً ما يقال إن الاتجاه افتراضي ويجري التحقق من وجوده ووجهته عن طريق دراسة أنماط السلوك المنبئة عنه.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

- والاتجاه تهيؤ، يبدو على شكل استعداد أو نزوع للقيام بفعل ينطوي على علاقة بين الشخص وموضوع الاتجاه، ومن هذه الزاوية يكون اختلافه عن السمات التي يذكر وجودها في الشخصية والتي تكون لاصقة بها وتميزها من حيث هي «كل».
- الاتجاه محوري، أي إنه مستقطب، وله محوران: مع أو ضد، تفضيل أو لا تفضيل، تحبيذ أو رفض. ومن هذه الزاوية يقال عن الاتجاه إنه ينطوي على نوع من التحيز الشخصي، وإن فيه تقويماً أي منح قيمة من الشخص لموضوع الاتجاه. وقد تكون القيمة (أي التفضيل) عالية وقد تكون دون ذلك. ومن هذه الزاوية ينظر إلى الاتجاهات على أنها يمكن أن تختلف من حيث شدتها أكانت «مع» أم كانت «ضد».
- الاتجاه متخصص، أي إن لكل اتجاه موضوعه الخاص به، ومثال ذلك الاتجاه لدى الأشخاص نحو عمل المرأة في القوات المسلحة أو الاتجاه نحو النظام الرأسمالي أو نحو الحرية. فإذا قيل أن اتجاه الشخص الإيجابي مثلاً نحو عمل المرأة في القوات المسلحة يظهر في أنماط السلوك المتصلة بهذا الموضوع والصادرة عن ذلك الشخص، وفيها أقواله وأفعاله، قيل، في شرح ذلك، إن تلك الأنماط من السلوك مترابطة ومتجهة نحو موضوع واحد في الأصل ولذلك يقال إن الاتجاه يعبر عن نظام تأتلف فيه أنماط من السلوك وتقدم مجتمعة دلالة على وجهة التفضيل في الاتجاه.
- الاتجاه متغير أو متحول، أي إنه ينطوي على درجات، وقد يهتم قياس الاتجاه بثلاث درجات من الشدة وقد يتناول عدداً من الدرجات يفوق ذلك. وفي كل الحالات تشمل الدرجات في

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

دراسة الاتجاهات درجات في شدة التفضيل الإيجابي ودرجات في عدم التفضيل أي التفضيل السلبي.

- الاتجاه عقلي عاطفي، أي إنه ينطوي على تفاعل بين جانب عقلي لدى الأشخاص وجانب عاطفي أو انفعالي، ولكن الغلبة في الاتجاهات للجانب العقلي، ومع ذلك يجب الانتباه إلى تفاوت الأشخاص في قوة الجانب العقلي وقوة الجانب العاطفي.

تكوين الاتجاه

يشير العديد من العلماء إلى أربع طرق رئيسية يتم من خلالها تكون الاتجاه وهي: (www.kau.edu.sa)

- عن طريق إشباع الحاجات الأولية أو الأساسية للفرد مثل: الطعام ، والنوم ، والاخراج ، والماء، والجنس). فمثلا يرتبط الطعام بإشباع دافع الجوع ، مما يجعل الفرد يكون إتجاها إيجابيا نحو الطعام وتقديره .

- عن طريق التعرض للخبرات الانفعالية المختلفة. فإذا كانت الخبرة الانفعالية الناتجة عن موقف ما خبرة سارة كان الاتجاه إيجابيا . ولذا فإن المرور بخبرة انفعالية ما يلعب الدور الحاسم والرئيسي في تكوين الاتجاه .

- وقد تكون عن طريق ارتباط أمر ما يجب أو رضا الآخر بين المرغوب في حبهم ورضائهم . فالفرد ينتمي إلى جماعة ، وممارسة ما تمارسه الجماعة قد يجلب رضا هذة الجماعة ، خاصة إذا كان سلوكه لا يشوبه شائبة .

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

- كما تتكون عن طريق غرسها بواسطة سلطات أعلى أو القدوة الموجودة في البيئة، بمعنى اننا نتعلم بعض الاتجاهات عن طريق الاحترام الذي نكته لها حتى في يبه الثواب المباشر او العقاب المباشر.

الأعلام الدولي

تاريخ الإعلام الدولي

عندما يتم الاطلاع على علم الاعلام الدولي إنما نقصد به الاتصال الدولي، international communication. ولعل الهدف من أستخدام هذا العلم هو المساعدة في تكوين الرأي العالمي والعمل على تقليل الاحتكاك والصراع بين الدول، والعمل على تقارب وجهات النظر. فيعود تاريخ هذا العلم الى عدة استخدامات منها الكلمة المطبوعة (الصحيفة والكتاب) والصوت والصورة (الاذاعة والتلفاز) وغيرها من أدوات الإتصال لتحقيق المضمون الإعلامي. (بدر،2010، ص33)

وفي فترة الحرب العالمية الثانية أستخدم الإرسال الإذاعي اللاسلكي على نطاق واسع كأحد أسلحة الحرب الرئيسية باعتباره الوسيلة الإعلامية الأكثر تفوقاً في مخاطبة الأميين والمتعلمين على حدً سواء و بسبب قدرتها على نقل الحدث في وقت حدوثه. فكان الجهاز الإذاعي الألماني في تلك الفترة بقيادة جوبلز والأذاعة البريطانية بي بي سي كجهاز منافس للجهاز الألماني الشهير وكمحاولة لكسب الرأي العام في أوروبا والعالم. بلغ عدد الدول التي تبث أذاعتاها للدول الأخرى عند نهاية الحرب العالمية الثانية خمساً وخمسين دولة. (رشتي،1986، ص7)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

وبعد أنتهاء الحرب العالمية الثانية أهتم العالم بتطوير التكنولوجيا الإتصالية والإلكترونية فربط الجهاز المتلفز بالأقمار الصناعية وقد سجلت هذه الثورة الإتصالية في عالم الفضاء، التبادل التلفزيوني الحي بين أوروبا والولايات المتحدة الإمريكية كأول تجربة تلفزيونية دولية ناجحة في العاشر من يوليو عام 1962. (الحطامي، 2011، ص32)

ماهية الإعلام الدولي:

حين ندرس الإعلام الدولي إنما نقصد به الاتصال الدولي، إي ما يقابل المصطلح باللغة الانجليزية international communication، فاصطلاح الاتصال الدولي اصطلاح أكثر شمولاً واتساعاً، ولكننا نستخدم مصطلح الإعلام الدولي بدلاً منه لان الإعلام يعني الدقة والموضوعية والصدق في نقل الأخبار والحقائق عن الدولة.(بدر،2010،ص34)

إن الإعلام الدولي يعني انتقال الإشارات الصوتية أو الصورية أو الكتابية عبر الحدود الجغرافية. فعندما تتخطى تلك الإشارات اللاسلكية الصوتية أو الصورية الحدود القومية للدولة لتصل إلى دول أخرى فإن ذلك يعتبر إعلاماً دولياً.(الدليمي،2011،ص27)

وفي تعريف أخر يرى البعض أن الإعلام الدولي: هو الإعلام الذي يحاور جمهوراً يمثل بلداً معيناً بهدف نقل رسائل معينة تتعلق بمصلحة الدولة التي يمثلها ذلك الإعلام، عبر عملية شاملة تتكون من المعلومات والبيانات والجهات الفعالة إضافة إلى الوسائل المستخدمة، فضلاً عن الدوافع الكامنة وراء ذلك الاتصال.(**http://kuliahonlinekomunikasi blogspot.com**)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

ويعتبر الإعلام الدولي من أنظمة الاتصال الدولي التي تشكل كافة الأنشطة العابرة للحدود الدولية التي تقوم بها دول ومؤسسات أو جماعات بمسميات مختلفة كالعلاقات العامة الدولية والدعاية السياسية الدولية، مستخدمة الوسائل والأدوات الإعلامية بهدف الإقناع والتأثير في مجتمعات معينة.

(Latifamnarin.3abber.com/m/post/48718)

خصائص الإعلام الدولي:

يتميز الإعلام الدولي بخصائص مميزة لا تقتصر على الوسائل الإعلامية فقط، ومنها: **(بدر،2010، ص21-22)**

1- **أنه اتصال مقصود:** كالاتصال المباشر عبر الحدود الدولية مثل (VOA) أو راديو روسيا الذي يستهدف جمهوراً محدداً في الدول الأخرى.

2- **التكنولوجيا الموزعة:** يتم بث المعلومات في نظم الاتصال الدولي عبر موجات الراديو أو الأفلام والكاسيت المرئي والفيديو.

3- **القنوات:** قد تكون قنوات خاصة أو عامة، فالإذاعة اتصال للجميع، أما الاتصال الفردي فيتم عبر أكواد خاصة.

4- **شكل المحتوى:** يأخذ الاتصال الدولي أشكالاً مختلفة تشمل الشؤون العامة وبرمجة الأخبار التي تحملها مختلف الوسائل الإعلامية كالفضائيات والإذاعات المختلفة.

5- **التوابع الثقافية:** يؤكد بعض الباحثين أن الاتصال الدولي يسمح للدول المتسلطة أن تفرض قيمها الثقافية (بما في ذلك قيم الأخبار والقواعد الاجتماعية والقيم السياسية والاقتصادية) على الدول الأخرى.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

6- **الطبيعة السياسية:** تعتبر جميع أشكال الاتصال والإعلام الدولي ذات طبيعة سياسية، حيث يمكن أن يكون هذا الاتصال:

- **اتصالاً سياسياً صريحاً:** وخير مثال على ذلك برامج إذاعة موسكو وإذاعة صوت أميركا حيث تبين برامجها وجهات نظر الدول التابعة لها من حيث تحليل الأحداث العالمية.
- **اتصالاً سياسياً أكثر دهاء:** يؤثر هذا النوع من الاتصال يؤثر في الأنشطة التي تتم تحت أشراف عدد من الدول المنظمة، فتؤثر في المناقشات المتصلة بالمعاهدات او اجتماعات الاتحاد الدولي للاتصالات عن بعد، إضافة إلى أنشطة المنظمات المتخصصة كمنظمة اليونسكو واللجان كاللجنة الدولية المؤقتة المختصة بدراسة مشاكل الاتصال ولجنة الاستخدامات السليمة للفضاء الخارجي على الرغم من أن هذه المنظمات واللجان تعتبر في الظاهر لا علاقة لها بالسياسة.

أساليب الأعلام الدولي

الاتصال الثقافي الدولي international cultural communication

يعتبر عملية تبادل للأفكار والمعاني بين الشعوب مختلفة الثقافات، فهناك أتصال دولي بين الشعوب التي تشترك في ثقافة واحدة (وغالباً ما يستخدم لغة واحدة للتخاطب أيضاً) وتفصلها مع ذلك حدود وطنية والعكس صحيح، أي أنه من الممكن أن تجد أتصالاً ثقافياً داخلياً أي داخل حدود دولة واحدة وذلك إذا كان داخل الدولة شعوب مختلفة في الثقافات (وغالباً تتحدث هذه الشعوب بلغات مختلفة) أي أنها تكون أقليات مختلفة. (بدر، 1998، ص24)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

العلاقات العامة الدولية international public relations

ويمكن أن نطلق على العلاقات العامة الدولية وصف الدعاية المثالية idealistic propaganda للأشخاص أو الجماعات أو الهيئات. وكثيراً ما تكون حملات العلاقات العامة سلسة من الإعلانات، تحاول عادة تقديم صورة طيبة للأشخاص أو الهيئات أو الجماعات، أي أنها تقوم بوظيفة دعائية الغرض منها الحفاظ على العلاقات الطيبة وتدعيمها. و تستعين العلاقات العامة في تحقيق أغراضها بالإعلان والإعلام وعرض الأفلام وتنسيق المعارض وغيرها. ويوجد في معظم الهيئات الدولية برامج وخدمات للعلاقات العامة للتعريف بنشاطات تلك الهيئات وتدعيم علاقتها الطيبة مع الجمعات والهيئات والأفراد. (نفس المصدر السابق، ص23)

الدبلوماسية الشعبية public diplomacy

عرفها Glen Fisher بأن دبلوماسية مهمتها دراسة أسباب مواقف الجمهور وآرائه التي تؤثر على صياغة السياسات الخارجية وتنفيذها. (محمد، 2011، ص54)

يعرفها عدد من الباحثين بأنها تستخدم لإقناع شعب دولة أخرة للتأثير على سياسات حكومتهم تجاه الدولة المستخدمة لهذا النشاط. فتتميز الدبلوماسية العامة بثلاث سمات، وهي : (المصدر السابق، ص55)

- **نشاط هادف:** حيث تسعى الدبلوماسية الشعبية الى تحقيق أهداف محددة.
- **العلنية:** فجميع أنشطة الدبلوماسية الشعبية تتسم بالعلنية، وهي السمة التي تميزها عن غيرها من الأنشطة.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

- **لها جمهور مستهدف:** أن الشعوب الأجنبية فقط هي الجمهور المستهدف لأنشطة الدبلوماسية الشعبية، وأن هذه الأنشطة لا تستهدف بأي صورة الجمهور الداخلي.

الدعاية الدولية international propaganda

هي تلك الجهود الاتصالية التي تقوم بها حكومة معينة أو هيئات وطنية مختلفة وتوجهها الى جمهور أجنبي بالدرجة الأولى بغرض التأثير عليه وجعله يتبنى وجهة نظر الحكومة أو الهيئات الوطنية بالنسبة للقضايا المختلف عليها على الصعيد الدولي. (بدر، 1998، ص206)

يرى هارود لاسويل أن الدعاية الدولية لها أربعة أهداف استراتيجية وهي : (بدر1998، ص208+ ص209)

- تعبئة الكراهية ضد العدو.
- الحفاظ على صداقة الدول الحليفة.
- الحفاظ على صداقة الدول المحايدة بل والحصول على تعاونها.
- تحطيم الروح المعنوية للعدو.

الفضائيات الأجنبية

بعد الحرب العالمية الثانية شهدت تكنولوجيا التلفزيون تحسناً في تقديم صور أكثر دقة ووضوح وحتى يومنا هذا تعددت القنوات التلفزيونية واصبحت توجه لمعظم انحاء العالم. (الحطامي،2011، ص28).

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

إيجابيات وسلبيات الفضائيات الأجنبية (http://pulpit.alwatanvoic.com)

إيجابيات الفضائيات الأجنبية

1. فتح آفاق رحبة وواسعة زادت من المعرفة الإنسانية والاطلاع عن كثب على العالم.

2. تحقيق التنمية والتعليم وسرعة إيصال المعلومات الى المناطق النائية والمعزولة.

3. تحقيق التواصل بين شعوب الدول وتعريف شعوب الدول على عادات وحياة الشعوب الأخرى.

4. قدرة شعوب الدول النامية على معرفة أخر التطورات التكنولوجية والطبية حول العالم.

5. استقبال الفضائيات الأجنبية بات ظاهرة متاحة لمتوسطي الدخل في المجتمعات العربية. (أبو إصبع، 2004، ص260)

سلبيات الفضائيات الأجنبية

نظراً لما تقدمه الفضائيات الأجنبية من إيجابيات للمشاهد العربي فلها تأثيرات سلبية غير مباشرة على المشاهد ومنها:

1. نشر ثقافة الاستهلاك: أن الاطلاع بشكل غير مناسب والتأثر بما يعرض على القنوات الفضائية له أثر كبير في ازدياد حدة الاستهلاك وخاصة في ما تلعبه الإعلانات والدعايات من دور مؤثر في ذلك. فيلجأ المشاهد الى الإسراف المبالغ به دون ترتيب منطقي لاحتياجاته.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

2. نشر الثقافة المضادة للقيم الإسلامية: بلا شك وجود المواد الإباحية والمواد التي تحرض على العنف والاستهلاك والشعور بالنقص ستؤدي إلى إضعاف المعتقدات الدينية وتشويهها، وابتعاد الفرد عن قيمه وموروثه الثقافي والديني.

3. نشر ثقافة القوة: حيث تحاول العديد من القنوات الغربية إبراز أن القوة في يد طرف واحد. وذلك من خلال قيام الفضائيات بعرض مظاهر التسلح وبعض الحروب التي قامت بها وقدرتها على الصناعات العسكرية واجتماعات مجالسها السياسية والترويج الإعلاني الكبير لها.

4. نشر ثقافة العنف: وقد بدت هذه الثقافة واضحة من خلال تجسيدها في بعض المواد المعروضة في الفضائيات فهناك العديد من الأفلام التي تحمل في طياتها العنف والذي يؤثر على المشاهد خاصة المنهمك بكثرة في مشاهدة أفلام العنف.

5. نشر ثقافة الشعور بالنقص: من المؤكد أن الحال التي يمر بها المجتمع العربي ومع هذا التلقي السلبي لكل ما يفد من الخارج من المواد الإعلامية له أثر في تحديد البعد الشاسع بين ثقافتنا وثقافة الغرب. فالفرد العربي بات ينبهر بكل ما يأتيه من الخارج عن طريق ما يشاهده عبر الفضائيات والإعلام الغربي يستهدف في ذلك أشعار العرب بالنقص والعجز تجاه الغرب وآلياته المتطورة والهائلة.

6. تطمح هذه الفضائيات الى عرض الحياة الغربية بصورة أيجابية على جميع المجتمعات الأخرى والغرض من ذلك خلق حالة من الأعجاب والأنبهار والشعور بعدم القدرة على

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

مواكبة تطورات الحياة الغربية. أذ أن هذه البرامج تتمتع بقدرة من الجاذبية التي من الممكن أن تصرف الفرد عن متابعة البرامج الوطنية والتحمس لمشاهدة كل ما هو عالمي.

العمل السياسي والعمل الإعلامي وجهان لعملة واحدة

يعتمد العمل السياسي على الوسائل الإعلامية بدرجة كبيرة لأن: (عبد الجبار، 2009، 150)

- الإعلام السياسي هو العمود الفقري لأداء وسائل الإعلام الحديثة فلا نستطيع تخيل إعلام من دون أهداف وغايات سياسية.
- الإعلام السياسي هو الإعلام الذي تغلب عليه طوابع السياسة والفكر والدعاية والعولمة ويستهدف تغيير أو تثبيت أو انحياز اتجاهات الجماهير.
- الإعلام السياسي لا يمكن أن يكون محايداً فهو دائماً يعبر عن وجهة نظر معينة ينحاز إليها.

الإذاعات والفضائيات الدولية الموجهة ودورها في الإعلام الدولي:

تعددت أساليب الإعلام الدولي فاستخدمت الإذاعات والقنوات الفضائية لأهداف دولية كالدعاية الدولية والإعلان الدولي والعلاقات العامة الدولية . (بدر، 2010، ص34)

في حقيقة الأمر يرجع فضل البث الإذاعي الدولي إلى اكتشاف الموجات القصيرة التي كانت من ضمن خصائصها الوصول إلى مسافات بعيدة ولهذا أمكن الإرسال على تردد مائتي متر في عام 1921، بين أميركا وأوروبا على سبيل المثال، فبرز دور الإذاعة الدولية قبيل الحرب العالمية الثانية (1939-

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

1945)، حيث استخدمت الإذاعة من قبل عدد من القادة السياسيين لإيصال خطبهم إلى مواطنيهم، أمثال: ونستون تشرشل، وشارل ديجول. (أبو زيد،1991، ص76)

وحينما نشبت الحرب العالمية الثانية في عام 1939، تم تطوير منظمة دعائية بريطانية قوية استخدمت كل إمكانات الاتصال المتوفرة دون الاقتصار على الإذاعة، حيث كانت هنالك منافسة شديدة بين أجهزة الدعاية في ألمانيا النازية وهيئة الإذاعة البريطانية لاستمالة الجماهير في أوروبا وبقية أنحاء العالم. (رشتي، 1986، ص14)

ما زال حتى يومنا هذا عدد من تلك الإذاعات الدولية العريقة يوجه البرامج الإذاعية إلى العالم متجاوزاً الحدود الوطنية والجغرافية، كإذاعة البي بي سي العربية عبر هيئة الإذاعة البريطانية، منذ تأسيسها عام 1922، وقد تميزت برامج هذه الإذاعة بالطابع السياسي والإخباري. (**بركات،1978، ص48)**.

وخير شاهد على الإحداث التاريخية إذاعة صوت أميركا ، حيث خضعت هذه الإذاعة إلى سلطة وكالة الأنباء الأمريكية وإلى الإدارة الرئيسية للدعاية السياسية الخارجية الرسمية للإدارة الأمريكية، التي بدأ بثها باللغة العربية عام 1951، وتميزت برامجها بالطابع السياسي والإخباري إضافة إلى عدد من البرامج الثقافية والترفيهية. (رشتي،1986، ص134)

أما إذاعة صوت روسيا فهي إذاعة حكومية، برز دورها في الحرب العالمية الثانية عبر نقل الأحداث والأخبار في تلك الفترة، وبدأ بثها للغة العربية عام 1943، وتتميز برامجها بالطابع الإخباري والثقافي . **(Arabic.ruvr.ru/about.html)**

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

ولم يقتصر الأمر على تلك الإذاعات العريقة لكن ظهر عدد من الإذاعات الدولية من مختلف دول العالم، فكانت إذاعة (TRT) التركية عام1974، أول إذاعة تركية دولية ناطقة بـــ32 لغة ومنها اللغة العربية، وتميزت برامجها بالتنوع السياسي والاقتصادية والترفيهي.(www.trtarabic.com)

أما إذاعة صوت ألمانيا، فبدأ بثها باللغة العربية عام 1959 وكان معظم العاملين بها من الدول العربية، وتميزت برامجها بالطابع الإخباري والسياسي، إضافة إلى البرامج الثقافية (www.dw.com) .

ولم تغفل فرنسا عن هذه المنافسة فأنشأت إذاعة فرنسية دولية سميت إذاعة مونت كارلو ناطقة باللغة العربية منذ 1970، وكانت المادة الإخبارية والسياسية تشكل المركز المحوري لبرامجها. (رشتي،1986، ص31)

أما الصين فكان لها تأثير عالمي منذ القدم حيث أدخلت قدراتها الهائلة عالم الموجات الإذاعية بإنشاء إذاعة دولية لها سميت بإذاعة الصين الدولية (CRI). وقد تأسس القسم العربي في هذه الإذاعة عام 1957، وتميزت برامجها العديدة بالتنوع حيث قدمت الأخبار السياسية والاقتصادية إضافة إلى البرامج الثقافية والتعليمية. (myinterradies.blogspot.com)

الامتداد الإعلامي من الإذاعات الدولية إلى الفضائيات الدولية:

القنوات الأجنبية الناطقة اللغة العربية:

منذ بداية القرن الواحد والعشرين أصبحت الصورة في حد ذاتها خبراً ومادة إعلامية. فبعد انتشار الإذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية، حرصت هذه الإذاعات على أن يكون لها مكانة بين الفضائيات العربية فظهر عدد من الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية. واللافت للانتباه هو التزايد المستمر والسريع لتلك القنوات، و قد ازدادت الأسئلة عن تلك القنوات مع عدم وضوح الإجابة عنها: هل هذه القنوات ذات

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

خدمات إعلامية أم اختراق سياسي؟ وما سبب الاهتمام المفاجئ بعقل المشاهد العربي؟ ما هي الأهداف الحقيقية لتلك القنوات؟ هل هي جسور تواصل أم هيمنة إعلامية؟ وهل يمكن أيجاد إستراتيجية إعلامية عربية قادرة على مواجهة تلك الفضائيات الأجنبية الموجهة إلى عالمنا العربي؟

قناة الحرة الأمريكية:

وهي شبكة تلفزيونية فضائية مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية ناطقة اللغة العربية وموجهة الى العالم العربي عبر الأقمار نايلسات، عربسات، هوتبيرد. أن هذه القناة ممنوعة من البث داخل الولايات المتحدة الأمريكية نفسها بسبب قانون سميث موندت 1948 بشأن بث الدعاية الدبلوماسية. وبدأت ميزانية هذه القناة ب62 مليون دولار، وبدأ بثها في 14 فبراير 2004 من واشنطن، ويتم تمويلها من قبل الكونجرس الأمريكي ومجلس أمناء الإذاعات الدولية (وهي وكالة فدرالية مستقلة، تتمتع بإدارة ذاتية) باعتبارها قناة غير تجارية. . **(الخطيب، 2011، مجلد39)**

تبث قناة الحرة مدة 24 ساعة يومياً، وتميزت برامجها المنوعة والتي تشمل البرامج السياسية مثل برنامج (ساعة حرة) و (الجهات الأربع) و(حديث الخليج) و(حوار القاهرة) و(عين على الديمقراطية) و(تقرير خاص)والبرامج الرياضية (أستوديو الرياضة) والمنوعة (هاي تك) و(أبواب)و(هاي سبيد)و(رمية حرة), والبرامج الاجتماعية التي تناقش قضايا حساسة في الوطن العربي كبرنامج (هن) و(مساواة) و(حكايات). (محمد:2011، ص243)

تهدف القناة إلى بث الأحداث وتقديمها فور وقوعها، وتقديم الأخبار والاحداث حول العالم كما تسعى عبر تلك البرامج إلى تنفيذ سياساتها الدولية وترويج أفكار الحرية والديمقراطية في العالم العربي، وتضم القناة طاقماً فنياً محترفاً من الجنسيات العربية المختلفة، إضافة إلى عدد كبير من المراسلين

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الإعلاميين المنتشرين حول العالم أغلبهم من الدول العربية وعددهم 200 شخص. (السعدي، 2010، ص82)

ويتميز الموقع الإلكتروني لقناة الحرة بالبث المباشر والقدرة على عرض جميع برامج القناة،، أضافة الى استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي كتويتر والفيسبوك وتطبيقات الهاتف). (Alhura/section)

قناة الـــ بي بي سي العربية:

وهي شبكة تلفزيونية فضائية مقرها لندن وتبث باللغة العربية، وتعد بي بي سي العربية أكبر وأقدم خدمة إعلامية تطلقها بي بي سي بلغة غير الإنجليزية، وقد واصلت تطورها منذ انطلاقها في عام 1938، حتى أصبحت في مقدمة المحطات الإعلامية في العالم. وتبث هذه القناة عبر الأقمار نايلسات، بدر، هوت بيرد.(www.bbc.co.uk)

أنشئت القناة عام 2008 وبدأت بثها على مدار 24 ساعة في 2009، ويتم تمويلها من قبل الحكومة البريطانية وهيئة الإذاعة البريطانية (وهي شبكة لنقل الأحداث والأخبار والمعلومات إلى العالم العربي عبر عدة وسائط مثل: الراديو والانترنت والهواتف المحمولة والتلفاز)، وتعد الـــ بي بي سي من أقدم الشبكات الإعلامية التي وجهت إلى العالم العربي. وهي تنقل الأخبار من مكان الحدث عبر 250 مراسلاً و72 مكتباً حول العالم مشكلة بذلك أكبر منظومة لجمع الأخبار حول العالم. و كان من أهدافها نقل الأخبار والأحداث فور وقوعها وقد رأى البعض أنها أداة مستخدمة لتنفيذ السياسة الخارجية البريطانية. **(السعدي،2010، ص58)**

تعددت برامج بي بي سي العربية وتميزت بالبرامج السياسية والإخبارية، وشملت البرامج الاجتماعية والصحية والتاريخية والثقافية والمنوعة والسياسية. وقامت ببثها عبر موقعها الإلكتروني متعدد

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

اللغات كالعربية والفارسية واللاتينية والأفريقية واللغات الأوروبية، ولم تتوان هذه القناة عن استخدام مواقع التواصل الأجتماعي كالفيسبوك وتويتر ويوتيوب إضافة الى قدرة توصيل الخبر لحظة وقوعه عبر تطبيقات الهاتف.(www.bbc.co.uk)

قناة (RT) الروسية:

قناة روسيا اليوم هيئة إخبارية إعلامية ناطقة اللغة العربية تابعة الى مؤسسة(تي- في نوفوستي) الروسية المستقلة الغير تجارية وتبث عبر الأقمار بدر، يوتلسات هوت بيرد، يوتلسات7، من مقرها الكائن في موسكو. أنشئت القناة عام 2007 وتبث برامجها على مدار أربع وعشرين ساعة يومياً. (Arabic.rt.com)

وقد ضمت القناة عدداً من الإعلاميين إضافة إلى المستشرقين الروس وتميزت برامجها بالطابع السياسي الإخباري والثقافي، عبر عرض الأحداث والأخبار حول العالم إضافة إلى عرض أهم التطورات التكنولوجية للعالم وانجازات الروس الحربية والعلمية والحضارية. و كان من أهدافها تعزيز التبادل الاقتصادية والتفاهم السياسي مع الدول العربية، وبناء جسر تواصل بين القارة الروسية والمنطقة العربية.(السعدي،2010ــ، ص89)

تضمنت برامجها الأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية أضافة الى جولات في الصحافة وبرامج دورية، وأفلاماً وثائقية وتحقيقات مصورة تمكنت من عرضها وبثها على موقعها الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي كاليوتيوب. (Arabic.rt.com/)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

قناة العالم الإيرانية:

هي قناة تلفزيونية إخبارية مقرها طهران بدأت القناة بثها الرسمي على مدار أربع وعشرين ساعة يومياً 2003/3/20، ، وقد صادف هذا التاريخ بداية الهجوم الأمريكي على العراق ليغطي تفاصيل الحرب، وهو الحدث الذي أكسبها شهرة عالمية بين القنوات الإعلامية الأخرى. وقد تم تمويلها من قبل المجلس الأعلى الخاص بالقناة وبدعم من الحرس الثوري الإيراني (الباسدران) .(علاوي، 2005، العدد 43)

تهدف القناة الى توفير فرص للتفاعل والتواصل بين شعوب المنطقة والشعوب المسلمة في جميع بقاع الأرض من خلال طرحها لمشاكلهم الحقيقية، وتحسين صورة الاسلام نظراً لما يتعرض له من هجمات شرسة لوسائل الاعلام الغربية وتنفيذها لمشاريع بعض الدول الطامعة بثروات الشرق الأوسط.(alalam.ir/aboutus)

وتميزت برامجها بالطابع السياسي الإخباري حيث قدمت النشرات الإخبارية السياسية والبرامج الثقافية والاقتصادية ومقتطفات موجزة من تقارير مراسلي الصحف العالمية والكاريكاتيرات المنشورة في الصحف العالمية، أما معظم العاملين في تلك القناة فهم أصحاب خبرات في المجال الإعلامي سواء من مقدمي البرامج أم من فنيين قائمين على عملية البث الفضائي، وهم من أتباع المذهب الشيعي إذ تم اختيارهم والتدقيق في انتمائهم عن طريق المجلس الأعلى للقناة والاستخبارات الإيرانية، ومن أولوياتها التعريف بالثورة الإيرانية ومبادئها، وإبراز وجهة النظر الإيرانية في القضايا العالمية. (السعدي، 2010، ص89)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

شملت قناة العالم معظم البرامج المتلفزة فقدمت البرامج الثقافية والصحية والمنوعة والاجتماعية والفنية والعلمية إضافة الى البرامج السياسية. وتميزت هذه القناة بغرف الأخبار حيث تبث قناة العالم 36 نشرة أخباريه بين موجزة ومنفصلة تغذيها من غرفة أخبار موصولة بوكالات أنباء عالمية ، وتستخدم أحدث وسائل الاتصال في عالم الإعلام. وتمتلك قناة العالم مراسلين في معظم البلدان العربية إضافة الى مكاتب رئيسية في كل من دمشق وبيروت والقاهرة وبغداد.(Alalam.ir/aboutus)

استخدمت قناة العالم المواقع الإلكترونية منذ العام الأول لأنطلاقها، ويتيح الموقع للمستخدمين أينما كانوا إمكانية الوصول الى أخر الأخبار والتطورات باللغة الفارسية والعربية والأنجليزية، ومشاهدة البث المباشر عبر الموقع الألكتروني للقناة ومواقع التواصل الاجتماعي كتويتر والفيسبوك واليوتيوب وجوجل بلس، وتبث قناة العالم عبر مجموعة من الأقمار وهي نايلسات، غالاكسي19، أكسبرس، عربسات، هوت بيرد.(Alalam.ir/aboutus)

قناة فرانس 24 الفرنسية:

لقد أنشئت القناة عام 2006 في العاصمة الفرنسية باريس، وتمول من قبل الحكومة الفرنسية بميزانية مقدارها 80 مليون يورو تقريباً، وتقدم برامجها بثلاث لغات هي العربية والانجليزية والفرنسية.(Direct-dz.blospot)

وتتميز برامجها بالطابع السياسي والإخباري، إضافة الى البرامج العلمية والثقافية والمنوعة، فتلقي القناة من خلال برامجها على الأحداث الدولية نظرة فرنسية تعتمد على تنوع الآراء والنقاشات المتعارضة والتباين في وجهات النظر، كما تعرض تحليلاً متعمقاً للأحداث بشكل عام مع الاهتمام الخاص بالثقافة،

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

وتهدف القناة الى تغطية الأحداث الدولية بنظرة فرنسية وتوصيل الرؤية والقيم الفرنسية الى جميع أنحاء العالم. (**Langue-arabe**)

تقدم القناة العديد من البرامج الإخبارية مثل: برنامج (آراء) الذي يتناول وجهات النظر حول القضايا والأحداث السياسية المختلفة من خلال عدد من الصحفيين المتخصصين في موضوع الحلقة، برنامج (النقاش) الذي يستعرض قضايا الساعة بالتحليل والتفسير، برنامج (حوار فرانس 24) الذي يستضيف شخصية سياسية أو ثقافية أو اقتصادية تقوم بالرد على الأسئلة المتداولة بين الجمهور؛ برنامج (خبايا الاقتصاد) الذي يتناول كافة الأحداث والقضايا الاقتصادية؛ برنامج (ريبورتاج) الذي يستعرض الأحداث الدولية والمحلية من خلال تقارير مراسلي القناة؛ برنامج (على النت) الذي يقدم كافة الأخبار التي تتناولها مواقع شبكة المعلومات الدولية؛ برنامج (في عمق الحدث) الذي يتناول حدثاً معيناً بشكل من التفصيل، برنامج (قراءة في الصحافة الفلسطينية والإسرائيلية) الذي يتناول أبرز عناوين الصحف الإسرائيلية والفلسطينية؛ برنامج (قراءة في الصحافة العالمية) الذي يستعرض عناوين الصحف العالمية؛ وبرنامج (منتدى الصحافة) الذي يعالج تغطية الصحف العالمية للأحداث. (محمد، 2011، ص250)

قناة يورو نيوز:

أنشئت القناة عام 2008، ومقرها لندن ويتم تمويلها من قبل الاتحاد الأوروبي وتعود هذه القناة لكونسورتيوم (يضم مجموعة من الشبكات التلفزيونية المسجلة في أوروبا)، ويتولى رئاسة القناة محمد عبد العظيم أحد العاملين في قناة يورونيوز الدولية منذ نشأتها، ويضم فريق العمل 17 مذيعاً من مصر والجزائر والبحرين ولبنان والمغرب وتونس وفلسطين وسوريا. (محمد، 2011، ص248)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

تعد القناة من القنوات الأخبارية وتبث باللغات الأنجليزية والعربية والأسبانية والألمانية والروسية والفرنسية عبر الأقمار نايلسات أنتل سات تورك سات غالاكس وبدر4 والهوت بيرد، وتبث لمدة 24 ساعة يومياً، أما العاملون في القناة فيبلغ عددهم نحو 400 صحفي من 25 جنسية مختلفة يقدمون المعلومات والتقارير والأخبار حول العالم، وتتميز القناة بأحتوائها على كم هائل من المعلومات والأخبار إضافة الى تبادل المعلومات والأخبار مع قنوات الدول الأوروبية ويتم طرحها عبر برامجها السياسية والثقافية والترفيهية والاقتصادية.(Arabic.euronews.com/the station/)

قناة صوت ألمانيا (DW):

أنشئت قناة دويتشه ويليه الألمانية، عام 2007، ومقرها في العاصمة الألمانية برلين. ويتم تمويلها من قبل جمهورية ألمانيا الاتحادية. وتتميز برامجها بالطابع الإخباري والثقافي، وتبث برامجها باللغات الألمانية والعربية والانجليزية والأسبانية. تهدف قناة دويتشيه ويليه الى تقديم معلومات من ألمانيا وأوروبا والعالم العربي وغيرها من مناطق العالم، باستقلالية وحيادية ومصداقية، كما تهدف الى تقديم صورة شاملة لألمانيا وإعطاء صورة للجذور والقيم حول ألمانيا الاتحادية.(Tshochner, 2010, p7)

وجهت قناة دويتشه ويليه باللغة العربية بهدف التواصل والحوار مع العالم العربي، وسعياً منها الى الحوار مع المشاهدين يتم انتاج ثلاثة برامج حوارية مشتركة مع المجتمعات العربية كل شهر كبرنامج شباب بلا حدود بالتعاون مع التلفزيون المصري للتعرف على كل جانب على حياة الأخر وبالتناوب في برلين والقاهرة، والبرنامجان الحواريان الأخران هما برنامج بين (الشمال والجنوب) بالتعاون مع التلفزيون الجزائري، وبرنامج (الصالون الثقافي) بالتعاون مع القناة المغربية. وتتميز برامج القناة بالنشرات الأخبارية والتقارير التحليلية والتحقيقات الصحفية المميزة والبرامج الوثائقية. كما يحتوي

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الموقع الإلكتروني للقناة على معلومات شاملة عن برامج القناة. ويقدم دروس تعلم اللغة الألمانية، والمسابقات ذات الجوائز.(tshochner,p11)

قناة (CCTV) الصينية:

أنشئت القناة عام 2009، ومقرها الرئيسي في بكين ويتم تمويلها من قبل الحكومة الصينية، فهي قناة عالمية ناطقة بعدة لغات منها اللغة العربية وهي تابعة لتلفزيون الصين المركزي (وهي مؤسسة من مؤسسات الحكومية الصينية الرسمية). والقناة ستكون جسر تواصل بين الصين والدول العربية. ويرى البعض أن سبب أطلاق تلك القناة هو الأحداث الأخيرة التي وقعت في شنغيانغ وما وقع للأقلية الأيغورية المسلمة بهدف تنقية الأجواء مع العالم الإسلامي.(Aljazeera.net)

وتميزت برامجها بالتنوع كالبرامج الإخبارية والتعليمية والثقافية، ومن أهدافها الحفاظ على العلاقات مع الدول العربية. وتشتمل هذه القناة على تسعة برامج رئيسية منها (الحوار) و (نافذة على الصين) و(أفلام وثائقية) و (الفنون الصينية) وبرامج تعلم اللغة الصينية، وتقوم القناة ببث أربع ساعات من البرامج يتم تكرارها ست مرات على مدار 24 ساعة فيما عدا نشرات الأخبار التي تجدد في حينها. (محمد، 2011، ص249)

قناة CNBC:

قناة اقتصادية أجنبية تخصص ساعات بثها الأربع والعشرين من كل يوم لتقديم تغطية تفصيلية لأخبار المال والأعمال العربية والعالمية إضافة إلى البرامج الاقتصادية التي تستضيف مجموعة من الخبراء والمحللين للحديث عن أسواق المال والأسهم العربية والعالمية من مقرها الكائن في مدينة دبي للإعلام في دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة.(dirtv.jimdo.com)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

محطة تلفزيونية عربية رائدة في مجال المال والأعمال تقدم نظرة معمقة لمختلف التطورات الاقتصادية والمالية والإقليمية والدولية من منظور عربي. تنفرد القناة بتغطية آنية ومباشرة باللغة العربية لقطاع المال والأعمال في المنطقة والعالم، وتعطي برامجها المبتكرة جميع مكونات الطيف الاقتصادية في المنطقة العربية، بالإضافة الى تغطية واسعة وتحليل معمق لأسواق المال العربية وأسواق السلع والعملات وقطاعات النفط والغاز والبناء والعقارات ومواكبة أخبار الشركات الأقليمية والدولية. كما خصصت برامج خاصة لسيدات الاعمال والمشاريع الأستثمارية، أضافة الى برامج وفقرات تعني بالأفراد وكيفية أدارة أموالهم ومدخراتهم.(cnbcarabic.com/page.)

قناة TRT التركية:

وهي أول قناة تركية ناطقة اللغة العربية تأسست عام 2010، في مقرها الكائن في اسطنبول وهي تابعة إلى حزب العدالة والتنمية، ويتم تمويلها من قبل الهيئة العامة لإذاعة وتلفزيون تركيا، وتبث برامجها عبر الأقمار نايلسات عربسات وترك سات. (msrawytop.com)

تنطلق القناة بناء على إيمانها بان الاعلام رسالة قوية في بناء الذات والتعبير عنها وبذلك تكون تركيا بافتتاح هذه القناة قد خطت خطوة واثقة نحو التعبير عن ذاتها الثقافية والفنية والعلمية للشعوب العربية، بالإضافة الى أتاحه المجال للمفكرين والمثقفين والسياسيين والاعلاميين العرب للتعبير عن رؤاهم والوقوف على وجهات نظرهم في المجالات المختلفة لافتتاح رؤية ثقافية تبادلية مشتركة بين تركيا والعالم العربي في مجالات اختصاص القناة وسياستها الاعلامية المختلفة.(www.trtarabic.tv)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الفصل الثالث

التحليل الإحصائي

التحليل الإحصائي:

بعد قيام الباحثة بجمع البيانات وتحليلها باستخدام برنامج SPSS ، تم أجراء المعالجة الإحصائية المناسبة لاستخراج التكرارات والنسب المئوية لكل سؤال من أسئلة الاستبانة، و ذلك باستخدام: معامل التوافق– لقياس العلاقة بين المتغيرات، استخدام المربع كاي– من أجل قياس الفروق الإحصائية واختبار T-TEST من أجل قياس الفروق بين المتوسطات.

خصائص العينة:

تكونت عينة الدراسة من ثلاثمئة إعلامي/إعلامية من العاملين في المؤسسات الإعلامية (الرسمية والخاصة)، وقد بلغ ما تم استعادته من الاستبانات مئتين وثمانين أستبانة، وقد تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية المنتظمة.

جدول رقم (1)

الأعداد والنسب المئوية لإفراد العينة الذين يشاهدون القنوات والذين لا يشاهدون القنوات الأجنبية

الإجابة	النسبة	العدد
دائماً	9.6	27
أحيانا	61.6	173
لا اشاهدها	28.8	81

توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين يشاهدون والذين لا يشاهدون القنوات الاجنبية الناطقة باللغة العربية.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

يتضح من الجدول رقم (1) أن 9.6% من أفراد العينة أكدوا أنهم يشاهدون دائماً برامج القنوات الأجنبية في حين أن ما نسبته 61.6% من أفراد العينة يشاهدون برامج تلك القنوات أحياناً، أماالذين لا يشاهدون برامج القنوات الأجنبية من أفراد العينة فكانت نسبتهم 28.8%.

جدول رقم (2)

الأعداد والنسب المئوية لأفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغيرات		النسبة المئوية	العدد
الجنـــــــــس	ذكر	65.1	183
	أنثى	34.9	98

يظهر من الجدول رقم (3) أن الإعلاميين الذكور أكثر تكراراً في عينة الدراسة وبنسبة 65.1% ونسبة الإناث بنسبة 34.9%.

جدول رقم (3)

الأعداد والنسب المئوية لأفراد العينة حسب متغير العمر

المتغيرات		النسبة المئوية	العدد
العمـــــــــر	من 20–25	11.0	31
	من 26–30	19.9	56
	من 31–35	23.8	67
	من 36–40	23.8	67
	من 41–45	11.0	31
	من 46–50	5.0	14
	اكثر من 50 سنة	5.3	15

يظهر الجدول رقم (3) أعلى تكرار للفئة العمرية (من 31–35) و (من 36–40) حيث جاءت بنسبة مئوية متساوية ومقدارها 23.8%، ثم جاءت الفئة العمرية (من 26–30) بنسبة 19.9%، أما

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الفئة العمرية (من 20–25) والفئة العمرية (من 41–45) فقد حصلت على نسبة مئوية متساوية مقدارها 11.0%، والفئة العمرية (أكثر من 50 سنة) بنسبة 5.3%، وبلغ أدنى تكرار للفئات العمرية الفئة العمرية (من 46–50) بنسبة 5.0%.

جدول رقم (4)

توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

المتغيرات		النسبة المئوية	العدد
الحالة الاجتماعية	أعزب	26.3	74
	متزوج	73.7	207

يظهر الجدول رقم (4) أن نسبة المتزوجين من أفراد العينة ومن كلا الجنسين 73.7%، وأن نسبة غير المتزوجين من كلا الجنسين من أفراد العينة 26.3%.

جدول رقم (5)

توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المتغيرات		النسبة المئوية	العدد
المستوى التعليمي	الثانوية العامة	3.6	10
	دبلوم متوسط	16.4	46
	بكالوريوس	56.2	158
	دبلوم عال	8.9	25
	ماجستير	10.7	30
	دكتوراه	4.3	12

يظهر الجدول رقم (5) أن نسبة أفراد العينة من كلا الجنسين الحاصلين على الثانوية العامة 3.6%. ونسبة الحاصلين على شهادة الدبلوم المتوسط 16.4%. وقد بلغ أعلى تكرار لأفراد العينة من

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

كلا الجنسين من الحاصلين على شهادة البكالوريوس بنسبة 56.2%. ويعود السبب في ذلك إلى انتشار الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة إضافة إلى أن الحصول على شهادة البكالوريوس أصبح متطلباً أساسياً لأي وظيفة عملية. وبلغت نسبة الحاصلين على درجة الماجستير بلغت نسبتهم 10.7%. ونسبة الحاصلين على درجة الدكتوراه من كلا الجنسين 4.3%.

الجدول رقم (6)

توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة لديهم

المتغيرات		النسبة المئوية	العدد
سنوات الخبرة في مجال الإعلام	أقل من خمس سنوات	54.4	153
	من ست سنوات إلى عشر سنوات	26.3	74
	من أحدى عشرة سنة إلى خمسة عشرة سنة	7.8	22
	أكثر من خمس عشرة سنة	11.4	32

يظهر الجدول رقم (6) النسبة المئوية لأفراد العينة من كلا الجنسيين وفق عدد سنوات الخبرة في مجال عملهم الإعلامي حيث بلغت أعلى نسبة 54.4% للافراد الذين خبرتهم أقل من خمس سنوات في مجال الاعلام، أما الذين تتراوح خبرتهم من ست إلى عشر سنوات فقد بلغت نسبتهم 26.3%، و بلغ أقل تكرار للأفراد الذين لديهم خبرة تراوحت من احدى عشرة سنة إلى خمس عشرة سنة 7.8%، أما الأفراد الذين كانت خبرتهم في المجال الاعلامي أكثر من خمس عشرة سنة فقد بلغت نسبتهم 11.4%.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول رقم (7)

توزيع أفراد العينة حسب متغير الدخل الشهري

الخاصية		النسبة المئوية	العدد
الدخل الشهري	أقل من 300 دينار	12.5	35
للشخص بالدينار الأردني	من 301 – 500	41.6	117
	من 501–750	26.7	75
	من 751–1000	10.7	30
	اكثر من 1000 دينار	8.5	24

يظهر من الجدول رقم (7) أن أفراد العينة الذين يتراوح دخلهم الشهري من 301–500 حصل على أعلى تكرار بنسبة 41.6%، ثم جاء مستوى الأفراد الذين يتراوح دخلهم الشهري بين 501–750 في المرتبة الثانية بنسبة 26.7%، أما الأفراد الذين يحصلون على دخل شهري مقداره أقل من 300 دينار فكانت نسبتهم 12.5%، وجاء قريباً منهم الأفراد الذين يتراوح دخلهم بين 751–1000 بنسبة 10.7%، وقد بلغ أدنى تكرار للأفراد الذين بلغ دخلهم أكثر من 1000 دينار وكانوا أربعة وعشرين فرداً وكانت النسبة المئوية لهم 8.5%.

جدول رقم (8)

الأعداد والنسب المئوية لأفراد العينة حسب مجالهم العملي

المتغيرات		النسبة المئوية	العدد
ما طبيعة عملك في مجال الإعلام؟	مذيع/ مذيعة أخبار	3.9	11
	مقدم/ مقدمة برامج	7.5	21
	رئيس تحرير/رئيسة تحرير	6.8	19
	مدير برامج	3.6	10
	محرر / محرر مسؤول	27.4	77
	مصور	10.7	30
	مندوب/ مراسل أخبار	17.4	49
	مخرج	1.4	4
	كاتب مقالات	4.6	13
	كاتب صحفي/ صحفية (يومية، أسبوعية)	4.6	13
	كاتب عمود	7.1	20
	معد برامج	5.0	14

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

يظهر في الجدول رقم (8) أن نسبة العاملين من كلا الجنسين في المجال الإعلامي مذيع/مذيعة أخبار بلغت 3.9%.

ونسبة العاملين كمقدم/مقدمة برامج 7.5%، أما العاملون كرئيس تحرير/ رئيسة تحرير فكانت بنسبة 6.8%، وبلغت النسبة 306% للعاملين في المجال الإعلامي بوظيفة مدير برامج، وقد جاء أعلى تكرار (77) للعاملين كمحرر/محرر مسؤول بنسبة 27.4%، وكانت نسبة العاملين كمصور 10.7%، أما الأفراد الذين يعملون مندوبين/ مراسلي أخبار فقد بلغت نسبتهم 17.4%، وبلغ أقل تكرار (4) للعاملين كمخرج وبنسبة مقدارها 1.4%، أما كاتب صحفي/ صحفية (يومية، أسبوعية) وكاتب المقالات فقد جاءت بنسب متساوية مقدارها 4.6%، وبلغت نسبة العاملين ككاتب عمود 7.1%، وكانت نسبة معدين البرامج 5.0%.

جدول رقم (9)

الفئات	النسبة	التكرار
دائماً	9.6	27
أحيانا	61.6	173
لا أشاهدها	28.8	81

في الجدول رقم (9) بلغت نسبة الإعلاميين الأردنيين الذين يشاهدون القنوات الأجنبية بشكل دائم 9.6%، أما الذين لا يشاهدونها فكانت نسبتهم 28.8% وكانت نسبة الاعلاميين الذين يشاهدون تلك القنوات أحياناً 61.6%، ومن هذا الجدول تبين نسبة الإعلاميين الأردنيين المهتمين والمتابعين لبرامج تلك القنوات.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

أسئلة الدراسة

فيما يلي عرض لأسئلة الدراسة:

السؤال الرئيس: ما اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو برامج الشبكات الإخبارية الفضائية الموجهة باللغة العربية؟

جدول رقم (10)

الأعداد والنسب المئوية لاتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو برامج تلك الفضائيات

رقم	المتغير	مؤيد		محايد		معارض	
		%	العدد	%	العدد	%	العدد
1	تقدم القنوات الأجنبية الموجهة معلومات حقيقية ودقيقة حول القضايا العربية والدولية والأحداث الجارية في المنطقة.	44.0	88	39.5	79	16.5	33
2	توفر القنوات مساحات كافية للحوار حول مختلف القضايا والمواضيع السياسية والاقتصادية وشؤون الساعة.	64.5	129	21.0	42	14.5	29
3	تسوق القنوات الدولية الموجهة صورة دولها للعالم العربي من خلال برامجها ووسائلها الإعلامية.	61.0	122	26.5	53	12.5	25
4	تساعد في تشكيل وعي حقيقي لما يدور حول المواطن من تحديات.	34.2	68	37.7	75	28.1	56
5	تصدير وتسويق صورتها الخارجية إلى مختلف الدول العربية.	59.0	118	30.5	61	10.5	21
6	تعمل القنوات الدولية على صياغة رسائلها الإعلامية بعناية كبيرة لتعلي من دور دولها في المجتمع الدولي	70.0	140	18.0	36	12.0	24
7	تغرس معاني طيبة داخل نفوس المشاهدين بشكل غير مباشر	28.5	57	35.5	71	36.0	72
8	ترتبط برامج القنوات الدولية وسياستها البرامجية بأجندات معينة تهدف إلى تحقيقها.	57.0	114	30.5	61	12.5	25
9	تحرص القنوات الدولية على التعريف بسياسة دولها ومواقفها من القضايا والأحداث والموضوعات العربية والدولية.	57.5	115	29.0	58	13.5	27
10	التعريف بثقافة دولها ومجتمعاتها وتراثها ومكانتها الدولية.	64.5	129	27.0	54	8.5	17
11	تتسم بالحيادية وعدم التحيز والموضوعية في طرحها الإعلامي.	29.5	59	38.5	77	32.0	64

يتضح من الجدول رقم (10) مدى موافقة ومعارضة الإعلاميين لمضامين ومستوى البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية فجاءت النتائج أن القنوات الأجنبية الموجهة تقدم معلومات دقيقة حول القضايا والأحداث الجارية بدرجة مؤيد كأعلى نسبة 44.0%. ويعود السبب في ذلك الى الحرفية الأعلامية التي

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

تتميز بها القنوات الأجنبية حيث يقتضي بناء الرسالة الاعلامية عملاً أعلامياً محترفاً يعيد صياغة وإعداد وتقديم الاتجاهات العامة للرأي العام، أضافة الى المكانة البارزة التي تحتلها شعارات حرية الصحافة والأعلام في الدول الباثة لهذه القنوات. أما المتغير؛ توفر القنوات مساحات كافية للحوار حول مختلف القضايا والمواضيع السياسية والاقتصادية وشؤون الساعة جاءت اجابة مؤيد كأعلى درجة و بنسبة64.5%، والسبب في ذلك أن هذه البرامج تستطيع أن تلبي احتياجات جمهور القناة، وأن تعرض أفكار وتوجهات القناة وأنها قادرة على تمثيل أتجاهات واحتياجات الجمهور دون قيود. وأن تلك القنوات تسوق صورة دولها للعالم العربي من خلال برامجها ووسائلها الإعلامية لأعلى درجة حيث أيدها الاعلاميون بنسبة 61.0%، إذ تسعى الدول الأجنبية من خلال تلك القنوات الى تحقيق أهدافها الاقتصادية والسياسية بالترويج لدولها الى الدول الأخرى، ويرى الإعلاميون أن تلك القنوات تساعد في تشكيل وعي حقيقي لما يدور حول المواطن من تحديات بدرجة محايدة و بنسبة 34.2%. وجائت درجة محايد كأعلى درجة نظراً لحقيقة الدور الذي تؤديه الرسائل الأعلامية لتلك القنوات، ودرجة أنسجام الجمهور مع طبيعة المادة المقدمة. كما أن هذه القنوات تقوم بتسويق صورتها الخارجية إلى الدول العربية كأعلى نسبة لدرجة مؤيد 59.0%،لأن هذه القنوات تسعى الى تحسين صورة دولها للدول العربية وبناء جسور تواصل بين تلك الدول والدول العربية. كما أن كل قناة تمثل دولتها وتدعم توجهاتها، وبلغت أعلى نسبة مئوية مقدارها 70.0% لدرجة مؤيد بخصوص أن هذه القنوات تعمل على صياغة رسائلها الإعلامية لتعلي من دور دولها في المجتمع الدولي، حيث أن كل قناة تمثل الدول الموجهة منها وتدعم أفكارها وتوجهاتها. أضف الى ذلك المنافسة الاعلامية بين الكم الهائل من القنوات الفضائية العربية، العمومية والخاصة ولد أمامها جملة من التحديات التي جعلتها تعمل بأستمرار على دعم حضورها. ويرى الاعلاميون ان القنوات

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الأجنبية لاتغرس معاني طيبة داخل نفوس المشاهدين بشكل غير مباشر بنسبة36%. ويعود السبب في ذلك الى توجهات الاعلاميين نحو برامج دون الأخرى فمعظم برامج هذه القنوات ذات الطابع السياسي والأخباري. ويرى أفراد العينة أن ما نسبته 57.0% بدرجة مؤيد قد ترتبط ببرامج هذه القنوات بأجندات معينة تهدف الى تحقيقها، والسبب في ذلك أن معظم هذه القنوات غير ربحية وممولة من قبل حكومات دولها فتكون داعمة لتوجهاتها وسياساتها وتروج لمضامين وأفكار تتناسب مع مصالح دولها واستراتيجياتها المعلنة والضمنية. ويؤيد الاعلاميون أن الفضائيات الأجنبية حرصت على التعريف بسياسة دولها ومواقفها من القضايا والأحداث العربية والدولية بنسبة 57.5%، لأن معظم هذه القنوات ممولة من حكومات دولها وتعمل على نشر ثقافة دولها وخدمة سياستها الخارجية والدفاع عن أفكارها وآيدولوجيتها. أما المتغير المتعلق بكون القنوات تقوم بالتعريف بثقافة دولها ومجتمعاتها وتراثها ومكانتها الدولية فقد أيده 64.5% من الاعلاميين ويعود السبب في ذلك الى تصحيح الأفكار والمعتقدات الخاطئة عن ثقافة دولهم، ويرى الإعلاميون أن تلك القنوات تتسم بالحيادية والموضوعية وعدم التحيز في طرحها الاعلامي وبنسبة 29.5% لدرجة محايد ويعود السبب في ذلك أن كل محطة تحاول أن تضبط خطابها وفق الجمهور المستهدف والغاية المرجوة فأطلقت هذه القنوات مجموعة من الشعارات عن التواصل والموضوعية وخدمة الجمهور العربي لاكتساب المصداقية في المنطقة العربية التي تزدحم بها القنوات الفضائية المتعددة.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

السؤال الأول: ما القناة الأكثر تفضيلاً لدى الإعلاميين الأردنيين التي تحقق حجم مشاهدة عالية؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج الإعداد والنسب المئوية وذلك كما هو موضح في الجداول رقم (12–13–14).

جدول رقم (11)

الأعداد والنسب المئوية للقنوات الأكثر تفضيلاً لدى الإعلاميين الأردنيين

القنوات	الرتبة	النسبة المئوية
قناة الحرة الأمريكية	1	1.37
BBC بالعربية	2	1.39
قناة فرانس 24 الفرنسية	3	1.83
قناة صوت ألمانيا	4	1.83
قناة العالم الإيرانية	5	2.39
قناة TRT التركية	6	2.70
قناة يورو نيوز الأوروبية	7	2.73
قناةCNBC	8	2.98
قناة CCTV الصينية	9	3.00
RTالروسية	10	3.07

يظهر من الجدول رقم (11) أن أكثر القنوات الأجنبية مشاهدة هي قناة روسيا اليوم RT الروسية وذلك بنسبة 3.07% ويعود السبب في ذلك الى الأحداث الجارية في المنطقة العربية في الوقت الحالي ومواقفها السياسية حيال القضية السورية إضافة الى النزاعات القائمة بين روسيا والدول المجاورة لها، تلتها قناة CCTV الصينية بنسبة متقاربة من نسبة القناة الروسية حيث بلغت 3.00%، أما القناة الاقتصادية CNBC فقد بلغت نسبتها 2.98%، وقناة يورونيوز الأوروبية بلغت نسبة مشاهدتها من قبل الإعلاميين الأردنيين 2.73%، وحصلت قناة TRT التركية على نسبة مشاهدة بلغت 2.70%، أما قناة العالم الإيرانية فقد جاءت بنسبة 2.39 %من مشاهدات الإعلاميين الأردنيين لتلك القناة، وقد حصلت قناة صوت ألمانيا DW الألمانية وقناة فرانس 24 الفرنسية على نسبة مئوية متساوية من مشاهدات الإعلاميين

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

بلغت 1.83%، وحصلت قناة BBC الناطقة بالعربية على نسبة 1.39% وهي نسبة متقاربة من نسبة قناة الحرة الأمريكية والتي بلغت أقل نسبة مقدارها 1.37%.

جدول رقم (12)

الأعداد والنسب المئوية لعدد الساعات التي يقضيها الإعلاميون في مشاهدة القنوات

الفئات	النسبة المئوية	التكرار
أقل من ساعة	44.0	88
ساعة إلى اقل ساعتين	32.5	65
من ساعتين إلى اقل من 3 ساعات	15.5	31
اقل من أربع ساعات	5.0	10
أكثر من أربع ساعات	3.0	6

يظهر الجدول رقم (12) الأعداد والنسب المئوية لعدد ساعات مشاهدة برامج القنوات الأجنبية للإعلاميين الأردنيين، حيث بلغت أعلى نسبة مئوية 44.0% للإعلاميين الذين يشاهدون تلك القنوات لمدة أقل من ساعة. ويعود السبب في ذلك الى أن معظم هذه القنوات هي قنوات أخبارية فتقدم النشرات الأخبارية بشكل مستمر وعلى رأس كل ساعة، إضافة الى التقارير الأخبارية والأقتصادية والثقافية التي تتميز بوقتها القصير. أما نسبة الذين يشاهدون القنوات لفترة زمنية مقدارها من ساعة إلى أقل من ساعتين فقد بلغت 32.5%. وكانت نسبة الذين يشاهدون تلك القنوات من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات 15.5%، في حين أكد 5.0% منهم أنهم يقضون أقل من أربع ساعات في مشاهدة القنوات الأجنبية. وكانت أقل نسبة للإعلاميين الذين يشاهدون تلك القنوات لمدة أكثر من أربع ساعات حيث بلغت3.0% لأن معظم برامج هذه القنوات تتراوح مدتها من ساعة الى ساعتين، إضافة الى تنوع البرامج في القنوات الأخرى وتفضيل بعضها عن الأخر.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول رقم (13)

الأعداد والنسب المئوية في مشاهدة برامج القنوات الأجنبية

الفئات	النسبة المئوية	التكرار
يومياً	28.5	57
أسبوعيا	53.0	106
شهريا	17.5	35
غير ذلك	1.0	2

يظهر في الجدول رقم (13) أن نسبة مشاهدة برامج القنوات الأجنبية من قبل الإعلاميين الأردنيين بلغت كأعلى نسبة مقدارها 53.0% بشكل أسبوعي، لأن بعض برامج هذه القنوات تعرض بشكل أسبوعي لا بشكل يومي وتكون من ضمن اهتمامات الاعلاميين. إضافة الى كثرة البرامج الحوارية التي تبث بشكل أسبوعي لا يومي في هذه القنوات أما الذين يشاهدون هذه القنوات بشكل يومي فقد بلغت نسبتهم 28.5%، و كانت نسبة الذين يشاهدونها بشكل شهري 17.5%وهي أقل نسبة.

السؤال الثاني: ما الموضوعات التي يفضل الإعلاميون الأردنيون مشاهدتها على الفضائيات الموجهة؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج الأعداد والنسب المئوية وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (14)

جدول رقم (14)

الأعداد والنسب المئوية للمجالات التي يفضل الإعلاميون مشاهدتها

النسبة من العينة	الفئات	الإجابات	
		النسبة	التكرار
1.5.5	الموضوعات الأخبارية	45.3%	211
38.5%	الموضوعات السياسية	16.5%	77
13.5%	الموضوعات الاقتصادية	5.8%	27
40.0%	الموضوعات الثقافية	17.2%	80
21.5%	الموضوعات العلمية والتكنولوجية	9.2%	43
14.0%	الموضوعات الصحية	6.0%	28

© Arabic Digital Library Yarmouk University

يظهر الجدول رقم (14) الموضوعات التي يفضل الإعلاميون مشاهدتها على الفضائيات الأجنبية الموجهة. ويتضح لنا أن أبرز الموضوعات التي يفضل الإعلاميون مشاهدتها هي الموضوعات الإخبارية وذلك بنسبة 45.3%. ويعود السبب في ذلك الى أن معظم تركيز القنوات على الموضوعات الأخبارية مقارنة بالبرامج الأخرى مما يجعل الفرد يشاهد هذه البرامج لا اراديًا. كما أن بعض الأفراد يتعرضون لهذه الموضوعات بهدف الحصول على المعلومات للأحداث والقضايا الجارية في المنطقة والعالم. أما الموضوعات الثقافية فقد جاءت بنسبة 17.2%، تلتها الموضوعات السياسية التي بلغت نسبتها 16.5%، و الموضوعات العلمية والتكنولوجية فقد بلغت نسبتها 9.2%، ثم تلتها الموضوعات الصحية بنسبة 6.0%، ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة 5.8% و يعود السبب في ذلك الى اختلاف البرامج والسياسات الأقتصادية لكل دولة عن الأخرى، عدا عن اختلاف المستوى الاقتصادية لكل دولة عن الأخرى.

السؤال الثالث: ما الأنماط البرامجية التي يفضل الإعلاميون الأردنيون مشاهدتها على الفضائيات الموجهة؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج الأعداد والنسب المئوية وذلك كما هو موضح من الجدول رقم (15-16).

جدول رقم (15)

الأنماط البرامجية التي يفضل الإعلاميون مشاهدتها على الفضائيات الأجنبية

الفئات	النسبة من العينة	الإجابات	
		النسبة المئوية	التكرار
1 البرامج الحوارية	32.0%	11.7%	64
2 البرامج الإخبارية	59.5%	21.8%	119
3 البرامج الثقافية	25.5%	9.3%	51
4 التحليلات والتعليقات	32.0%	11.7%	64
5 البرامج العلمية	19.5%	7.1%	39
6 التحقيقات والريبورتاجات	33.0%	12.1%	66
7 البرامج الصحية	10.5%	3.8%	21
8 البرامج السياسية	25.5%	9.3%	51
9 برامج التسلية والترفيه	13.5%	4.9%	27
10 البرامج الاقتصادية	9.5%	3.5%	19
11 البرامج الخاصة	13.0%	4.8%	26

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

تشير المعطيات الواردة في الجدول رقم (15) إلى أن أبرز الأنماط البرامجية التي يفضل الإعلاميون مشاهدتها هي البرامج الإخبارية بنسبة 21.8%، هناك قول مأثور بأن الأسماء تصنع الأخبار وهو حقيقي من ناحية إقبال الجمهور الكبير على هذه البرامج لأن هذه البرامج لها تأثير على مجرى الأحداث وهو تأثير أكبر بكثير مما نتوقعه من البرامج الأخرى إضافة الى قدرة هذه البرامج على تحليل وتفسير الأحداث الجارية وتوضيحها للجمهور بشكل أكبر، تلتها التحقيقات والريبورتجات بنسبة 12.1%. في حين كانت نسبة البرامج الحوارية (كالندوات التحقيقات والمقابلات) 11.7%. وقد حصلت البرامج الثقافية والسياسية على نسبة مئوية متساوية 9.3%، ثم تلتها البرامج العلمية بنسبة 7.1%، وبنسبة مئوية قريبة جداً من برامج التسلية والترفيه (المنوعات) التي بلغت 4.9%، وبلغت نسبة البرامج الخاصة 4.8%، ثم جائت نسبة البرامج الصحية 3.8%، وأخيراً كانت أقل نسبة للبرامج الاقتصادية 3.5% ويعود السبب في ذلك الى أن معظم مشاهدي البرامج الأقتصادية ليس لديهم ألمام ومعرفة كافية في الاقتصاد الدولي وأسعار الأسهم والمعادن والعملات.

جدول رقم (16)

الأعداد والنسب المئوية لأنماط البرامج الحوارية

الفئات	النسبة من العينة	الإجابات: النسبة	الإجابات: التكرار
برامج المناقشات ذات الطابع الإخباري	53.5%	18.0%	107
برامج الندوات والمناقشات ذات المحتوى السياسي	31.5%	10.6%	63
برامج الندوات ذات المحتوى الثقافي	16.0%	5.4%	32
البرامـــج السياسيـــــة	50.5%	17.0%	101
البرامـــج الاقتصاديـــة	15.0%	5.1%	30
البرامــــج المنوعـــة	20.0%	6.7%	40
البرامج الخاصـــــــة	15.5%	5.2%	31
البرامج الصحيـــــــة	11.0%	3.7%	22
برامـــج الأحاديـــــث	7.0%	2.4%	14
البرامــــج الثقافيـــة	26.0%	8.8%	52
برامــــج المقابـــلات	15.5%	5.2%	31
البرامـــــج الموجهـــة	8.0%	2.7%	16
البرامـــج الرياضيــــة	11.0%	3.7%	22
برامج الفيتشر	16.5%	5.6%	33

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

يظهر الجدول رقم (16) أن أبرز البرامج الحوارية التي يرغب الإعلاميون في مشاهدتها هي برامج المناقشات ذات الطابع الإخباري وبنسبة 18.0%، ويعود السبب في ذلك الى أن هذه البرامج تكون ذات وقت زمني مناسب. ويتم فيها طرح الأحاديث والموضوعات التي تهم الجمهور ويتم تفسيرها وتحليلها وتوضيح الحقائق للمتلقين. كما يتم أستضافة شخصيات ذات تأثير قوي في الأحداث والقضايا المعينة وتتيح للجمهور قدرة التواصل والمناقشة مع هذه البرامج وشخصياتها المحورية. تلتها البرامج السياسية بنسبة 17.0%، ثم برامج الندوات والمناقشات ذات المحتوى السياسي بنسبة 10.6%، أما البرامج الثقافية فجاءت نسبتها 8.8%، وكانت نسبة البرامج المنوعة 6.7%. وقد حصلت معظم البرامج الأخرى على نسب مئوية قريبة جداً من بعضها كبرامج الفيتشر (الابراز) بنسبة 5.6%، ثم برامج الندوات والمناقشات ذات المحتوى الثقافي بنسبة 5.4%، أما البرامج الخاصة وبرامج المقابلات فقد كانت نسبتها متساوية وكان مقدارها 5.2%، تلتها البرامج الاقتصادية بنسبة 5.1%، كذلك كانت نسبة البرامج الرياضية والبرامج الصحية متساوية وبمقدار 3.7%، وجاءت أقل نسبة في البرامج الحوارية الموجهة حيث بلغت 2.7% في حين جائت نسبة برامج الأحاديث 2.4% لأنه في هذه البرامج يتم طرح وجهة نظر واحدة وهي وجهة نظر القناة للمواضيع والأحداث الجارية ما يؤدي الى عدم قدرة الجمهور على المناقشة والتواصل مع هذا النوع من البرامج.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

السؤال الرابع: ما دوافع الإعلاميين في التعرض للفضائيات الأجنبية الموجهة للعالم العربية؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج الأعداد والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول رقم (17).

جدول رقم (17)

الأعداد والنسب المئوية لدوافع الاعلاميين الأردنيين نحو مشاهدة الفضائيات الأجنبية

الفئات	النسبة من العينة	الإجابات	
		النسبة	التكرار
التغطيات الحصرية التي تقدمها	33.0%	9.0%	66
التغطيات الحية المباشرة للأحداث	41.0%	11.2%	82
مقارنة الأخبار على الفضائيات العربية بنفس الأخبار على القنوات الدولية الموجهة	33.0%	9.0%	66
المقابلات التي تجريها حول مختلف الأحداث	25.5%	7.0%	51
طريقة التناول وأسلوب التغطية	48.0%	13.1%	96
التحليلات والتعليقات التي تقدمها	23.5%	6.4%	47
مستوى الكفاءات الإعلامية العاملة فيها	27.5%	7.5%	55
لزيادة الرصيد المعرفي لدي في المجالات الثقافية والسياسية	24.0%	6.5%	48
للاطلاع على عادات الشعوب الأخرى	21.0%	5.7%	42
المستوى العالي للندوات والمناقشات	18.0%	4.9%	36
البرامج الخاصة	11.5%	3.1%	23
طرحها لقضايا مرتبطة بالأحداث الجارية وشؤون الساعة	16.0%	4.4%	32
للتسلية والترفيه	8.5%	2.3%	17
لمتابعة الأحداث العربية والدولية	24.5%	6.7%	49
لمتابعة الرياضة والأخبار الرياضية	11.5%	3.1%	23

يتضح من الجدول رقم (17) أن أبرز دوافع الاعلاميين الاردنيين هي طريقة التناول وأسلوب التغطية بنسبة 13.1%، والسبب في ذلك أحتواء هذه الفضائيات الأجنبية على كوادر أعلامية متميزة من مختلف الجنسيات وذات خبرة وكفاءة عالية أضافة الى أستخدام هذه القنوات للوسائل الأعلامية الأكثر

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

حداثة وتطوراً والتي من شأنها جذب المشاهد وجعلها متميزة في طرحها الأعلامي عن القنوات الأخرى. تلتها التغطيات الحية المباشرة للأحداث بنسبة 11.2%، ثم التغطيات الحصرية التي تقدمها ومقارنة الأخبار على الفضائيات العربية بنفس الأخبار على القنوات الدولية الموجهة بنسبة متساوية مقدارها 9.0%. كما بلغت نسبة مستوى الكفاءات الإعلامية العاملة فيها 7.5%، وكذلك في المقابلات التي تجريها حول مختلف الأحداث بنسبة 7.0%. أما متابعة الأحداث العربية والدولية فقد بلغت 6.7%، وبلغت نسبة دوافع الإعلاميين نحو زيادة الرصيد المعرفي في المجالات الثقافية والسياسية 6.5%، وهي نسبة متقاربة للتحليلات والتعليقات التي تقدمه والتي بلغت 6.4%. ومن دوافع الإعلاميين الأردنيين جاءت نسبة دافع الاطلاع على عادات الشعوب الأخرى 5.7%، وكانت نسبة المستوى العالي للندوات والمناقشات التي تقدمها 4.9%، إضافة إلى طرحها لقضايا مرتبطة بالأحداث الجارية وشؤون الساعة بنسبة 4.4%، أما البرامج الخاصة ومتابعة الرياضة والأخبار الرياضية فقد جاءت نسبة متساوية بلغت 3.1%، وجائت أقل نسبة لدى دوافع الإعلاميين دافع التسلية والترفية بنسبة 2.3% والسبب في ذلك التضخم الهائل في صناعة هذه البرامج سواء عبر البرامج المتلفزو والأنترنت وتطبيقات الهاتف.

السؤال الخامس: ما درجة اعتمادك على الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية في الحصول على المعلومات المختلفة؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج الأعداد والنسب المئوية كما هو في الدول رقم (18).

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول رقم (18)

الأعداد والنسب المئوية للإعلاميين الأردنيين ودرجة اعتمادهم في الحصول على المعلومات

الفئات	النسبة	التكرار
كبيرة	14.0	28
متوسطة	38.5	77
محدودة	47.5	95

تشير المعلومات في الجدول رقم (18) إلى أن درجة اعتماد الإعلاميين الأردنيين في الحصول على المعلومات المختلفة من الفضائيات الأجنبية بلغت 47.5% كدرجة محدودة، والسبب في ذلك الى تركيز القنوات الأجنبية على الأحداث العالمية بشكل عام وعدم تركيزها على الأحداث في كل دولة. كما أن الاعلام الوطني يركز على القضايا والأحداث الوطنية والمحلية. أضف الى ذلك أعتماد الإعلاميين على المؤسسات الحكومية والوكالات الأخبارية الوطنية في الحصول على المعلومات وكذلك السياسات المتبعة في كل دولة في طرحها للأحداث والأخبار على وسائلها الإعلامية، تلتها 38.5% درجة متوسطة في الاعتماد على معلومات تلك القنوات وجاءت أقل نسبة 14.0% كدرجة كبيرة في اعتماد الإعلاميين على معلومات تلك القنوات.

السؤال السادس: ما درجة اعتمادك على مشاهدة البرامج الإخبارية والسياسية على المحطات الدولية الموجهة للحصول على المعرفة في القضايا السياسية؟ تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال الجدول رقم (19)

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول رقم (19)

الأعداد والنسب المئوية لاعتماد الإعلاميين على الفضائيات الأجنبية للحصول على المعرفة بالقضايا السياسية.

الفئات	النسبة المئوية	التكرار
كبيرة	8.5	17
متوسطة	60.5	121
محدودة	31.0	62

يشير الجدول رقم (19) إلى أن نسبة اعتماد الإعلاميين الأردنيين على مشاهدة برامج الفضائيات الأجنبية بهدف الحصول على المعرفة بالقضايا السياسية بدرجة متوسط بلغت 60.5%، والسبب في ذلك أن القنوات لها قدرة كافية على جمع المعلومات ومعرفة القضايا والأحداث الجارية حول العالم عن طريق مراسليها ومكاتبها المنتشرة حول العالم فتقوم بطرح هذه الأحداث وتفسيرها مما يؤدي الى توجه أفراد العينة في الحصول على المعلومات. أضف الى ذلك قدرة هذه القنوات على التواصل مع الشخصيات وأصحاب القرار للحصول على نتائج مفسرة للقضايا السياسية حول العالم، و 31.0% بدرجة محدودة ، وبدرجة كبيرة بلغت 8.5%.

السؤال السابع: ما درجة اعتمادك على مشاهدة البرامج الخاصة والإخبارية والسياسية على القنوات الدولية الموجهة للحصول على المعرفة بالأحداث الجارية وشؤون الساعة العربية والدولية؟ تمت الإجابة من خلال الجدول رقم (20).

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول رقم (20)

الأعداد والنسب المئوية لاعتماد الإعلاميين الأردنيين على الفضائيات الأجنبية للحصول على المعرفة بالأحداث الجارية.

الفئات	النسبة	التكرار
كبيرة	16.0	32
متوسطة	48.5	97
محدودة	35.5	71

بلغت نسبة اعتماد الإعلاميين الأردنيين على الفضائيات الأجنبية بهدف الاطلاع والتعرف على الأحداث الدولية وشؤون الساعة بدرجة متوسطة 48.5%، والسبب في ذلك الى التقارير والنشرات الأخبارية القائمة على مدار الساعة في معظم هذه القنوات إضافة الى السرعة في تغطية الأحداث ونقلها وتفسيرها للجمهور المتلقي ، وأكد آخرون محدودية اعتمادهم على تلك الفضائيات بنسبة 35.5%، في حين كان بعضهم يعتمد على تلك الفضائيات بدرجة كبيرة نسبتها 16.0%.

السؤال الثامن: هل تتسم القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية بالحيادية والموضوعية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي؟ تمت الإجابة في الجدول رقم (21)

جدول رقم (21)

الأعداد والنسب المئوية لمدى أتسام للقنوات الأجنبية بالحيادية والموضوعية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي.

الفئات	النسبة	التكرار
دائما	15.5	31
احيانا	66.5	133
نادرا	18.0	36

أكد الإعلاميون أن القنوات الأجنبية دائماً تتسم بالحيادية والموضوعية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي بنسبة 15.5%، وبأعلى تكرار 133 بينما يرى الاعلاميون أنها تتسم

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

بالحيادية والموضوعية في طرحها الاعلامي أحياناً بنسبة 66.5%، ونادراً ما تتسم هذه القنوات بالحيادية والموضوعية بنسبة 18.0%.

السؤال التاسع: إلى أي مدى تتسم بالمصداقية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي والأحداث الدولية؟ تمت الإجابة من خلال الجدول رقم (22).

جدول رقم (22)

الأعداد والنسب المئوية لأراء الإعلاميين نحو مصداقية الفضائيات الأجنبية

الفئات	النسبة	التكرار
دائما	11.5	23
أحيانا	68.5	137
نادرا	20.0	40

يظهر في الجدول (22) ومن خلال التكرارات والنسب المئوية لهذا السؤال أن درجة أحياناً هي الأعلى تكراراً وبنسبة مئوية68.5%، وذلك لان هذه القنوات تابعة لحكومات دولها والجهات الممولة لها فتقوم بعرض رسائلها الاعلامية من وجهة نظر دولها ورؤيتها للأحداث الجارية. كما أن لكل قناة أسلوباً خاصاً في طرح هذه الأحداث وتفسيرها وتحليلها بما يتناسب مع رؤية هذه القنوات ودولها. تبين أيضاً أن درجة نادراً حصلت على نسبة 20.0%، وكانت درجة دائماً الأقل تكراراً وبنسبة 11.5%.

السؤال العاشر: برأيك هل يرتبط الطرح الإعلامي بأجندات سياسية معينة؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج الأعداد والنسب المئوية من خلال الجدول رقم (23).

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول رقم (23)

الأعداد والنسب المئوية لآراء الإعلاميين نحو الطرح الإعلامي للفضائيات الأجنبية

الفئات	النسبة	التكرار
نعم	55.0	110
لا	12.5	25
لا ادري	32.5	65

يظهر من الجدول رقم (23) أن الفضائيات الأجنبية يرتبط طرحها الإعلامي بأجندات سياسية معينة بنسبة 55.0%، لأن معظم هذه القنوات غير ربحية وممولة من حكومات دولها وقائمة على خدمة السياسة الخارجية لدولها. لذلك يرتبط طرحها الإعلامي بإجندات سياسية تخدم مصالح دولها، وبنسبة أقل بلغت 12.5% عند الذين يرون أن الفضائيات الأجنبية لا يرتبط طرحها الإعلامي بأجندات سياسية معينة.

السؤال الحادي عشر: هل تعتقد أن هذه القنوات الفضائية تروج دعائياً لمواقف دولها السياسية وسياستها الاقتصادية؟ تمت الإجابة من خلال الجدول رقم (24)

جدول رقم(24)

الأعداد والنسب المئوية لآراء الإعلاميين نحو الفضائيات الأجنبية التي تروج دعائياً لسياسات دولها

الفئات	النسبة	التكرار
نعم	60.5	121
لا	5.0	10
لا ادري	34.5	69

يظهر من الجدول رقم (24) أن القنوات الفضائية تروج دعائياً لمواقف دولها السياسية وسياستها الاقتصادية بنسبة 60.5%. حيث يعتبر الاعلام المرئي من أكثر الوسائل تأثيراً على الأفراد والجماهير

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

كما يعتبر أكثر الوسائل نجاحاً لخدمة الأهداف والمصالح السياسية للدول، والأكثر قدرة على توجيه الجمهور وفقاً للسياسات المرسومة لتلك الدول. في حين كانت نسبة الأراء التي تقول إن القنوات الفضائية لا تروج لمواقفها السياسية ولسياستها الأقتصادية 5.0%.

مناقشة نتائج الأسئلة

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس: ما اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو برامج الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية؟

وهذا السؤال يتكون من الاسئلة الفرعية التالية:

1. تقدم القنوات الأجنبية الموجهة معلومات حقيقية ودقيقة حول القضايا العربية والدولية والأحداث الجارية في المنطقة؟

أظهرت التكرارات والنسب المئوية لهذا السؤال درجة مؤيد وكانت الأعلى تكراراً وبنسبة 44.0%، بينما حصلت درجة محايد على نسبة 39.5%، وكانت درجة معارض الأقل تكراراً وبنسبة 16.5%.

2. توفر القنوات الأجنبية مساحات كافية للحوار حول مختلف القضايا والمواضيع السياسية والأقتصادية وشؤون الساعة؟

من خلال التكرارات والنسب المئوية لهذا السؤال جاءت النتيجة بحصول درجة مؤيد على أعلى تكرار ونسبة مئوية 64.5%، تلتها درجة محايد بنسبة 21.0%، وكانت درجة معارض لأقل تكراراً بنسبة 14.5%.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

3. تسوق القنوات الدولية الموجهة صورة دولها للعالم العربي من خلال برامجها ووسائلها الإعلامية؟

أظهرت التكرارات والنسب المئوية أن درجة مؤيد هي الأعلى تكراراً وبنسبة 61.0%، تليها درجة محايد بنسبة 26.5%، و قد حصلت درجة معارض على أقل تكرار وبنسبة 12.5%

4. تساعد في تشكيل وعي حقيقي لما يدور حول المواطن من تحديات؟

بينت التكرارات والنسب المئوية لهذا السؤال أن هذه القنوات تساعد في تشكيل وعي حقيقي لما يدور حول المواطن من تحديات بدرجة مؤيد وبنسبة 34.2%، بينما بلغت أعلى نسبة مئوية لدرجة محايد 37.7%، وأقل نسبة مئوية كانت لدرجة معارض 28.1%.

5. تصدير وتسويق صورتها الخارجية إلى مختلف الدول العربية؟

جاءت أعلى الإجابات لدرجة مؤيد لهذا السؤال و كانت بنسبة 59.0%، في حين بلغت نسبة الإجابات لدرجة محايد 30.5%، وكانت الأقل تكراراً وبنسبة 10.5% هي درجة معارض.

6. تعمل القنوات الدولية على صياغة رسائلها الإعلامية بعناية كبيرة لتعلي من دور دولها في المجتمع الدولي؟

جاءت أغلب الإجابات عن هذا السؤال بدرجة مؤيد حيث بلغت نسبة 70.0%، أما درجة محايد فكانت بنسبة 18.0%، بينما حصلت درجة معارض على 12.0% وكانت الأقل تكراراً.

7. تغرس معاني طيبة داخل نفوس المشاهدين بشكل غير مباشر؟

جاءت أعلى الإجابات لدرجة معارض وبنسبة 36.0%، تلتها درجة محايد بنسبة 35.5% وكانت نسبة درجة مؤيد28.5% وهي الأقل تكراراً.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

8. ترتبط برامج القنوات الدولية وسياستها البرامجية بأجندات معينة تهدف إلى تحقيقها؟

بلغت أعلى الإجابات لدرجة مؤيد بنسبة 57.0%، أما نسبة درجة محايد فبلغت 30.5%، وكان أقل الإجابات لدرجة معارض وبنسبة 12.5%.

9. تحرص القنوات الدولية على التعريف بسياسة دولها ومواقفها من القضايا والأحداث والموضوعات العربية والدولية؟

جاءت أعلى الإجابات عن هذا السؤال لدرجة مؤيد و بنسبة 57.5%، بينما بلغت نسبة درجة محايد 29.0%، وأقل الإجابات كانت لدرجة معارض بنسبة 13.5%.

10. التعريف بثقافة دولها ومجتمعاتها وتراثها ومكانتها الدولية ؟

كانت أعلى الإجابات لدرجة مؤيد بنسبة 64.5%، تلتها درجة محايد بنسبة 27.0%،وأقل الإجابات كانت لدرجة معارض وبنسبة 8.5%.

11. تتسم بالحيادية وعدم التحيز والموضوعية في طرحها الإعلامي؟

بلغت أعلى نسبة للإجابات عن درجة محايد وكانت 38.5%، تلتها درجة معارض بنسبة 32.0%، ثم جائت درجة مؤيد بنسبة 29.5%.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما هي القناة الأكثر تفضيلاً لدى الإعلاميين الأردنيين، وتحقق حجم مشاهدة عالية؟

لقد حصلت قناة روسيا اليوم على أعلى مشاهدة من قبل الإعلاميين الأردنيين وبنسبة 3.07%، بينما حصلت قناة الحرة الأمريكية على أقل مشاهدة وبنسبة 1.37%. ويعود السبب في ذلك إلى البرامج الثقافية والعلمية الشيقة التي تبثها قناة روسيا اليوم، إضافة إلى البرامج التاريخية التي تتناول التاريخ

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

العربي والروسي التي من شأنها أن تجذب المشاهدين لمتابعة هذه البرامج. بينما كان أغلب برامج قناة الحرة الأمريكية عن الأحداث والأوضاع السياسية في الشرق الأوسط، وقد بلغت مدة الوقت الذي يقضيه الإعلاميون في مشاهدة القنوات الأجنبية لمدة أقل من ساعة بنسبة 44.0% وبأعلى تكرار، أما الذين يشاهدونها لمدة أربع ساعات وأكثر فكانت الأقل تكراراً وبنسبة 3.0%، ويعود السبب في ذلك إلى الالتزامات اليومية لدى الإعلاميين الأردنيين وتنوع البرامج في تلك القنوات والتي من شأنها تحديد فترات معينة لكل برنامج. وقد أظهرت النتائج أن نسبة مشاهدة البرامج المتنوعة في هذه القنوات بلغت لدى الإعلاميين 53.0% أسبوعياً وبأعلى تكرار ويعود السبب في ذلك إلى طرح برامج متنوعة على مدى الأسبوع وبأيام محددة، بينما بلغت نسبة المشاهدة الشهرية لدى الإعلاميين 17.5%وكانت الأقل تكراراً.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما الموضوعات التي يفضل الإعلاميون الأردنيون مشاهدتها على الفضائيات الموجهة؟

حصلت النشرات الاخبارية على أعلى الموضوعات التي يفضلها الإعلاميون الأردنيون وكانت 28.3%، بينما حصلت الموضوعات الصحية على أقل تكرار بنسبة 6.0%، ويعود السبب في ذلك أن معظم القنوات الأجنبية لا تعني بالبرامج الصحية وأغلب توجهاتها للبرامج الاقتصادية والسياسية والثقافية، ونظراً لطبيعة عمل الاعلاميين الاردنيين فقد حصلت توجهاتهم للنشرات الإخبارية على أعلى نسبة مشاهدة.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما الأنماط البرامجية التي يفضل الإعلاميون الأردنيون مشاهدتها على الفضائيات الموجهة؟

لقد فضل الإعلاميون الأردنيون مشاهدة البرامج الإخبارية بنسبة مئوية بلغت 21.8%وكانت أعلى نسبة مشاهدة، ويعود السبب في ذلك إلى طبيعة عملهم في المؤسسات الصحفية والإعلامية الأردنية والخاصة والتي تعني بالبرامج والأخبار والنشرات السياسية. وكانت أقل نسبة مشاهدة البرامج الاقتصادية وهي 3.5%. أما أهتمامات الاعلاميين الأردنيين بمشاهدة البرامج الحوارية فقد حصلت المناقشات ذات الطابع الإخباري على 18.0%، بينما كانت نسبة اهتماماتهم بالبرامج الموجهة قليلة وقد بلغت 2.7%.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما دوافع الإعلاميين الأردنيين في التعرض للفضائيات الأجنبية الموجهة للعالم العربي؟

يعود السبب في مشاهدة هذه القنوات من قبل الإعلاميين الأردنيين الى طريقة التناول وأسلوب التغطية في برامج هذه القنوات حيث بلغت نسبة هذا الخيار أعلى نسبة وهي 13.1%، وبنتيجة متقاربة منها أهتم الإعلاميون بالتغطيات الحية المباشرة للأحداث بنسبة 11.2%،بينما بلغت أقل نسبة من اهتمامات الإعلاميين لخيار التسلية والترفيه 2.3%.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: ما درجة اعتمادك على الفضائيات الأجنبية الموجهة للعالم العربية في الحصول على المعلومات المختلفة؟

أشارت نتائج هذا السؤال الى أن اعتماد الاعلاميين الأردنيين على الفضائيات الأجنبية الموجهة بهدف الحصول على المعلومات المختلفة كان بدرجة محدودة بلغت نسبتها 47.5% وهي أعلى نسبة مئوية بينما حصلت درجة اعتمادهم على هذه الفضائيات على نسبة أقل وهي 14.0% وتعد درجة كبيرة

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

في الحصول على المعلومات المختلفة. ويعود السبب في ذلك إلى كثرة المراسلين والمندوبين المنتشرين في العالم والمختصين بتغطية الأحداث والحصول على المعلومات إضافة إلى انتشار المواقع الإلكترونية المختلفة التي تهتم بالمعلومات والأخبار والأحداث حول العالم.

مناقشة نتائج السؤال السادس: ما درجة اعتمادك على مشاهدة البرامج الإخبارية والسياسية على المحطات الدولية الموجهة للحصول على معرفة بالقضايا السياسية؟

لقد كان أعلى تكرار لهذا السؤال الدرجة المتوسطة بنسبة 60.5%، تلتها الدرجة المحدودة بنسبة 31.0%، أما نسبة الدرجة الكبيرة فكانت بنسبة 8.5%، ويعود السبب في الحصول على خيار متوسط كأعلى تكرار إلى اهتمام معظم المؤسسات الصحفية والإعلامية بالأحداث والأخبار المحلية.

مناقشة نتائج السؤال السابع: ما درجة اعتمادك على مشاهدة البرامج الخاصة والإخبارية والسياسية على القنوات الدولية الموجهة للحصول على المعرفة بالأحداث الجارية وشؤون الساعة العربية والدولية؟

لقد حصلت الدرجة المتوسطة على أعلى تكرار بنسبة 48.5%، تلتها الدرجة المحدودة بنسبة 35.5%، وجاءت نسبة الدرجة الكبيرة 16.0%. ويعود السبب في ذلك إلى سرعة التغطية ونقل الحدث التي تميزت بها القنوات الأجنبية. إضافة إلى عرض النشرات الإخبارية والريبورتاجات والتحقيقات بشكل محدث ومستمر.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

مناقشة نتائج السؤال الثامن: هل تتسم القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية بالحيادية والموضوعية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي؟

يرى الإعلاميون الأردنيون أن القنوات الأجنبية تتسم بالحيادية والموضوعية بنسبة 66.5% لدرجة أحياناً، وبنسبة 18.0% لدرجة نادراً، وبنسبة 15.5% لدرجة دائماً.

مناقشة نتائج السؤال التاسع: إلى أي مدى تتسم بالمصداقية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي والأحداث الدولية؟

بلغت نسبة درجة أحياناً 68.5%، ونسبة نادراً 20.0%، ونسبة دائماً 11.5%، ويعود سبب حصول درجة أحياناً على أعلى نسبة إلى أختلاف أسلوب التغطية وتناولها للأحداث الجارية.

مناقشة نتائج السؤال العاشر: برأيك هل يرتبط طرحها الإعلامي بأجندات سياسية معينة؟

بلغ أعلى تكرار في هذا السؤال للإجابة نعم بنسبة 55.0%، أما الإجابة لا فكانت نسبتها 12.5%، وجاءت نسبة الذين لا يعلمون إذا كان طرحها الإعلامي يرتبط بأجندات سياسية 32.5%، ويعود سبب حصول الإجابة نعم على أعلى تكرار إلى البرامج الثقافية والسياسية التي تهتم بالأوضاع الراهنة للوطن العربي والأحداث الجارية، إضافة إلى تخصيص معظم القنوات الأجنبية المساحة الكافية للبرامج التي تهتم بالشأن العربي.

مناقشة نتائج السؤال الحادي عشر: هل تعتقد أن هذه القنوات الفضائية تروج دعائياً لمواقف دولها السياسية وسياستها الاقتصادية؟

جاءت نتائج هذا السؤال بالإجابة نعم كأعلى تكرار بنسبة 60.5% بينما جاءت نسبة 5.0% للإجابة لا، وبنسبة 34.5% للإجابة لا أدري.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الخلاصة

توصلت هذه الدراسة بعد البحث والاستطلاع على الأبحاث والمراجع والكتب المتعلقة بموضوع الدراسة وبعد معرفة آراء الإعلاميين وتوجهاتهم توصلت الى ما يلي:

1- تبين من الدراسة بأن 71.2% من الإعلاميين الأردنيين يشاهدون القنوات الأجنبية الموجهة للعالم العربي.

2- يشاهد معظم الإعلاميين الأردنيين القنوات الأجنبية لمدة أقل من ساعة يومياً، كما يشاهدون برامج هذه القنوات بشكل أسبوعي وبنسبة53.0%.

3- تبين من هذه الدراسة أن قناة روسيا اليوم هي القناة الأجنبية الأكثر تفضيلاً لدى الإعلاميين الأردنيين بنسبة3.07%.

4- درجة اعتماد الإعلاميين الأردنيين محدودة وبنسبة 47.5% لدى الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية في الحصول على المعلومات المختلفة.

5- تعود دوافع الإعلاميين الأردنيين لمشاهدة برامج الفضائيات الأجنبية الإخبارية الموجهة للعالم العربي إلى جذبهم إلى طريقة التناول وأسلوب التغطية وبنسبة 13.1%.

6- كانت أكثر المواضيع التي يفضلها الإعلاميون الأردنيون مواضيع النشرات الإخبارية حيث بلغت نسبتهم 28.3%.

7- أما بخصوص فأن 21.8% من الاعلاميين يفضلون البرامج الأخبارية. هي البرامج الإخبارية.

8- يفضل الإعلاميون الأردنيون مشاهدة البرامج الحوارية كبرامج المناقشات ذات الطابع الإخباري بنسبة 18.0% وكانت هذه النسبة أعلى من نسبة البرامج الأخرى.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

9- لقد حصلت الدرجة المتوسطة لاعتماد الاعلاميين الأردنيين على مشاهدة البرامج الإخبارية والسياسية على المحطات الدولية الموجهة للحصول على المعرفة بالقضايا السياسية على نسبة بلغت 60.5%.

10- لقد حصلت الدرجة المتوسطة لدى الاعلاميين الأردنيين في اعتمادهم على مشاهدة البرامج الخاصة والإخبارية والسياسية على القنوات الدولية الموجهة للحصول على المعرفة بالأحداث الجارية وشؤون الساعة العربية والدولية على نسبة 48.5%.

11- تتسم القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية أحياناً بالحيادية والموضوعية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي من وجهة نظر الإعلاميين الأردنيين.

12- تتسم القنوات الأجنبية أحياناً بالمصداقية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي والأحداث الدولية من وجهة نظر الاعلاميين الأردنيين.

13- يرتبط الطرح الإعلامي للقنوات الأجنبية بأجندات سياسية معينة من وجهة نظر الإعلاميون الأردنيين بنسبة 55.0%.

14- يرى الإعلاميون الأردنيون أن القنوات الأجنبية تروج دعائياً لمواقف دولها السياسية وسياستها الاقتصادية بنسبة 60.5%.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

توصيات الدراسة

1- أنشاء قنوات وإذاعات عربية دولية قادرة على مواكبة الكم الهائل من الفضائيات والأذاعات الأجنبية الموجهة الى العالم العربي.

2- مشاركة الاعلاميين الأردنيين في المؤتمرات والندوات المتخصصة في تطوير المهارات الإعلامية (المهنية والعلمية) للقدرة على مواكبة الازدحام الإعلامي ومنافسة الأعلام الأجنبي .

3- تطوير وتنسيق البعثات الإعلامية مع الدول العربية والأجنبية التي تشهد بالعادة أحداث ومتغيرات تلزم وسائل الأعلام المحلية متابعتها بشكل ميداني ومباشر يغني عن اللجوء إلى وسائل الأعلام الأجنبية للحصول على الخبر والمعلومة والصورة.

4- زيادة وعي الجمهور المستهدف لهذه الفضائيات في الدول العربية، عبر المؤتمرات والندوات والبرامج الوثائقية وتعريفهم بقوة تأثير هذه الفضائيات على الجمهور العربي.

5- تطوير الدراسات والتقارير والأبحاث المتعلقة بالفضائيات الأجنبية لأيضاح المحتوى الضمني لسياستها وأهدافها.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

المراجع والمصادر

الكتب:

1. بدر، أحمد، 1998، الأعلام الدولي " دراسات في الأتصال والدعاية الدولية "، ط4، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.
2. بدر، أحمد،2010، الأتصال والأعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، القاهرة، الدار المصرية السعودية للنشر والتوزيع.
3. بدوي، أحمد،1986، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، دار الكتاب المصري.
4. بركات، سهير،1978،الأذاعة الدولية، الكويت.
5. الحطامي، عبد الباسط،2011، تكنولوجيا الإتصال وتطبيقاتها، ط1، دار الأفاق المشرقة.
6. الحيزان، محمد،1989،مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، ط1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية.
7. الدليمي، عبد الرزاق،2011،مدخل الى وسائل الإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
8. ديلفير، ملفين وساندرا روكتش،1992، نظريات وسائل الإعلام، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع.
9. رشتي، جيهان،1986،الأعلام الدولي، دار الفكر العربي.
10. أبو زيد، فاروق،1991،أنهيار النظام الإعلامي الدولي، مصر، دار عالم الكتاب.
11. السعدي، محفوظ،2010،الأعلام من التدفق الأحادي الى الأعلام الموجه، ط2، مسقط، دار الأنتشار العربي.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

12. عليان، ربحي وعثمان غنيم،2010، أساليب البحث العلمي " الأسس النظرية والتطبيق العلمي"، ط4، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع.

13. محمد، محمد،2011،الأتصال الدولي، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي.

14. مكاوي، حسن وليلى السيد،1998،الأتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

15. الوفائي، محمد،1989،مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، ط1، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.

الرسائل العلمية

1. حرب، قبلان، أتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الأخبارية في التلفزيون الأردني، جامعة الشرق الأوسط، عمان، (رسالة ماجستير غير منشورة)2008.

2. الخطيب، فاطمة، أطر المعالجة الأعلامية لسياسة الرئيس باراك أوباما " دراسة مقارنة بين قناتي الجزيرة والحرة "، حوليات آداب عين شمس، مج39، 2011/ ص289_ ص325.

3. صديق، حسين، الأتجاهات من منظور علم الأجتماع، مجلة جامعة دمشق، العدد 3,4، مج28، 2012/ ص1_ ص24.

4. النفاخ، نزار، أتجاهات طلبات الأقسام الأخرى من غير الأختصاص نحو التربية الرياضية، مجلة علوم التربية الرياضية، عدد7، مج1، 2008/ ص1_ ص12.

5. وناس، المنصف، الفضائيات الأجنبية الموجهة الى المنطقة العربية ، مجلة أتحاد الإذاعات العربية، 2002/ ص10_ ص16.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الدراسات السابقة:

1. شماس، عيسى، تأثير الفضائيات الأجنبية في الشباب " دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق" مجلة جامعة دمشق، العدد2، مج21، 2005جامعة دمشق.
2. الشمري، علي، الخطاب التلفزيوني الأمريكي الموجه للعالم العربي، مجلة أتحاد الإذاعات العربية، عدد2، 2010.
3. الطوخي، عربي، المعالجة الإخبارية لأحداث الثورة المصرية في قناتي العربية و بي بي سي العربية " دراسة تحليلية لعينة من النشرات الأخبارية في إطار نظرية تحليل الأطر الخبرية "، مجلة كلية التربية، عدد2، مج17، 2011جامعة القاهرة.
4. علاوي، طالب، أتجاهات الأعلام الأيراني أزاء الأحتلال الأمريكي للعراق، مجلة كلية التربية، مج43، 2005/جامعة بغداد.
5. منصور، تحسين، الفضائيات الأجنبية " أستخداماتها وتأثيراتها المحتملة على الشباب الأردني"، مجلة العلوم الأنسانية والأجتماعية، عدد2، مج17، 2011جامعة اليرموك.
6. يوسف، حنان، المعالجة الأخبارية للقضايا العربية في شبكتي سي أن أن ويورونيوز، (رسالة دكتوراة غير منشورة)، جامعة القاهرة، كلية الصحافة، 2001.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الدراسات الأجنبية:

1- elnawawy, mohammad, us public diplomacy in the arab world ‘ the news credibility of radio sawa and television alhurra in five countries’, journal global media and communication, vol 2 issue 2,2012/ p185-205, http: //www2.gsu.edu/www aus/ douai.pdf.
2- ph.d. douai, aziz, perceptions of alhurra television s role in political reform among arab audiences,2011.
3- sadig, hayder, international relation and satellite communication; toward a new understanding of diplomacy in the information age, united arab emirates university,2011.

المؤتمرات والندوات

Tshochner, micheal,2010, deutsche welle2010, marketing and editor bonn53110.

المواقع الالكترونية:

1. شومان، محمد، في ضوء ثورة الأعلام " هل نقول وداعاً للأذاعة والتلفاز "
www.al-jazirah.com/2001/20011227/ar2.htm
2. جابر، سامية ونعمات عثمان، الأتصال والأعلام (تكنولوجيا المعلومات)، دار المعرفة الجامعية الأسكندرية، 2000
http://Maisamir77.blogspot.com/search?updated-max=2013-08-26T12:05:00-07:00&max-results=1&m=1
3. خبير، عبد الرحيم، الأعلام الجديد وثورة تكنولوجيا المعلومات
www.sudaress.com/alsahafa/29336

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

4. عبد الظاهر، وجدي، mass media dependency theory

http://uqu.edu.sa/page/ar/181765

5. نجم، طه، نظرية الأعتماد على وسائل الأعلام

Drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post-6684.html

6. الرفاعي، نعيم، الموسوعة العربية (الأتجاهات)

http://www.arab_ency.com/index.php?module=pnencyclo pedia&func=display_term&id=437&m=1

7. www.kau.edu.sa/Getfile.aspex?id=1438048fn

8. العمري، خالد، 2008/2/10، الفضائيات سلبيات وإيجابيات، دنيا الوطن

http://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/122563.html

9. pheinout.ipin,2/01/2012, international communication definition and scope of.

10. http://kuliahonlinekomunikasi blogspot.com/2012/01/02 international_communication_definition.html

11. منارين، لطيفة، أبريل2011، مدونة الأعلام الدولي

Latifamnarin.3abber.com/m/post/48718

12. Arabic.ruvr.ru/about/html

13. www.trtarabic.com/trtworld/ar/newsdetail.aspx7.odu=5a12df00_07b0_4b91_a339_c3ba76e045cl

14. www.dw.com

15. Myinterradies.blogspot.com/2008/12/blog_post4996.html

16. http://www.alhurra.com/section/alhura_shows/206.html

17. www.bbc.co.uk/arabic/institutional/2011/01/000000_aboutus.html

18. www.bbc.co.uk/arabic/institutional/2011/01/000000_tv_schedule.shtml

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

19. Arabic.rt.com/channel
20. Arabic.rt.com/prog
21. www.alalam.ir/aboutus
22. http://direct-dz.blogspot.com/2010/07/24-france-24.html?=1
23. بكري، محمد، الخميس 24 شباط2011، france24 Langue_arabe.fr
24. Arabic.euronews.com/the station/
25. http://www.aljazeera.net/news/cultureandart/2009/7/25/الصين-تطلق-تلفزيوناً-بالعربية
26. http://dirtv.jimdo.com/قنوات-اخبارية/سي-ان-بي-سي
27. http://www.msrawytop.com/vb/showthread.php?p=9836
28. www.trtarabictv/index.php/about_us/2011_11_15_08_26_39

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

الملاحق

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو برامج الفضائيات الأجنبية الموجهة إلى لعالم العربي والإشباعات المتحققة منها

أخي الإعلامي / أختي الإعلامية

تجري الباحثة دراسة حول اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائيات الأجنبية الموجهة إلـى لعالم العربي، إستكمالاً متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من كليـة إعـلام جامعـة اليرموك، علماً بأن الإجابات التي ستدلي بها ستستخدم فقط لغايات البحث العلمي.

مع جزيل الشكر لتعاونكم

أعمل في ....

1. الجنـــــــس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2. العمــــــر:

من 20-25 ☐ 26-30 ☐

31-35 ☐ 36-40 ☐ 41-45 ☐

46-50 ☐ أكثر من 50 سنة ☐

3. الحالة الاجتماعية:

أعزب ☐ متزوج ☐

غير ذلك (أذكره من فضلك) ....

© Arabic Digital Library Yarmouk University

4. المستوى التعليمي:

الثانوية العامة ☐ دبلـــــوم متوسط ☐

بكالوريـــوس ☐ دبلـــــوم عـــالٍ ☐

ماجستيــــــر ☐ دكتوراة ☐

5. سنوات الخبرة في مجال الإعلام:

أقـــــل مـــــــن خمـــــس سنــــــوات ☐

من ســـت سنـــوات إلى عشـــر سنـــوات ☐

من أحدى عشرة سنة إلى خمس عشرة سنة ☐

أكثـــــــــر من خمس عشــــــرة سنـــــــــة ☐

6. الدخل الشهري :

أقل من 300 دينار ☐ من 301 – 500 ☐

501 – 750 ☐ 751 – 1000 ☐

أكثر من 1000 دينار ☐

7. ما طبيعة عملك في مجال الإعلام؟

مذيع/ مذيعة أخبار ☐ مقدم/ مقدمة برامج ☐

رئيس تحرير/رئيسة تحرير ☐ مدير برامج ☐

محرر / محرر مسؤول ☐ مصور ☐

منـــــدوب/ مراسل أخبـــار ☐ مخـــــــرج ☐

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

كاتب مقالات ☐ كاتب صحفي/ صحفية (يومية، أسبوعية) ☐

كاتب عامود ☐ معد برامج ☐

8. هل تشاهد/ تشاهدين القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ لا أشاهدها ☐

إذا كنت لا تشاهدها/ تشاهدينها، يرجى تسليم الاستبانة، مع الشكر

9. ما هي القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية التي تشاهدها/تشاهدينها عادة؟

(ضع/ضعي من فضلك رقم (1) أمام القناة التي تشاهدها أكثر من غيرها، ورقم (2) أمام القناة التي تليها بالمشاهدة وهكذا ...)

قناة الحرة الأمريكية ☐ قناة فرانس 24 الفرنسية ☐

قناة BBC بالعربية ☐ قناة يورو نيوز الأوروبية ☐

قناة صوت ألمانيا ☐ قناة RT الروسية ☐

قناة العالم الإيرانية ☐ قناة CCTV الصينية ☐

قناة CNBC ☐ قناة TRT التركية ☐

10. كم من الوقت تقضيه / تقضينه في مشاهدة البرامج والقنوات الدولية الموجهة بالعربية؟

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى اقل من ساعتين ☐

من ساعتين إلى اقل من ثلاث ساعات ☐ اقل من أربع ساعات ☐

أكثر من أربع ساعات ☐

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

11. ما مدى مشاهدتك لبرامج القنوات الأجنبية الموجهة؟

يومياً ☐ أسبوعياً ☐

شهرياً ☐ غير ذلك (أذكره/ أذكريه من فضلك) ....

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

12. ما هي قناتك المفضلة من بين هذه القنوات الأجنبية الموجهة؟ اذكرها بالترتيب وحسب الأولوية في المشاهدة؟ (القائمة سؤال رقم 9).

13. ما درجة اعتمادك على الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية في الحصول على المعلومات المختلفة؟

كبيرة ☐ متوسطة ☐

محدودة ☐

14. ما دوافع مشاهداتك للفضائيات الأجنبية الإخبارية الموجهة للعالم العربي؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- التغطيات الحصرية التي تقدمها ☐
- التغطيات الحية المباشرة للأحداث ☐
- مقارنة الأخبار على الفضائيات العربية بنفس الأخبار على القنوات الدولية الموجهة ☐
- المقابلات التي تجريها حول مختلف الأحداث ☐
- طريقة التناول وأسلوب التغطية ☐
- التحليلات والتعليقات التي تقدمها ☐
- مستوى الكفاءات الإعلامية العاملة فيها ☐
- لزيادة الرصيد المعرفي لدي في المجالات الثقافية والسياسية ☐
- للاطلاع على عادات الشعوب الأخرى ☐

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

- المستوى العالي للندوات والمناقشات ☐
- البرامج الخاصة ☐
- طرحها لقضايا مرتبطة بالأحداث الجارية وشؤون الساعة ☐
- للتسلية والترفيه ☐
- لمتابعة الأحداث العربية والدولية ☐
- لمتابعة الرياضة والأخبار الرياضية ☐

15. ما المواضيع التي تفضل مشاهدتها على شا شات تلك الفضائيات؟

- نشرات الإخبار ☐
- البرامج الإخبارية (التحليلات والتعليقات) ☐
- الموضوعات السياسية ☐
- الموضوعات الاقتصادية ☐
- الموضوعات الثقافية ☐
- الموضوعات العلمية والتكنولوجية ☐
- الموضوعات الصحية ☐

16. ما هي الأنماط البرامجية التي تفضل مشاهدتها؟

- البرامج الحوارية (الندوات التحقيقات المقابلات) ☐

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

- البرامج الإخبارية ☐ البرامج الثقافية ☐
- التحليــلات والتعليقـــات ☐ البرامج العلمية ☐
- التحقيقات والريبورتاجــات ☐ البرامج الصحية ☐
- البرامج السياسية ☐ برامج التسلية والترفيه (المنوعات) ☐
- البرامج الاقتصادية ☐ البرامج الخاصة ☐

17. ما هي البرامج الحوارية التي ترغب بمشاهدتها؟

- برامج المناقشات ذات الطابع الإخباري ☐
- برامج الندوات والمناقشات ذات المحتوى السياسي ☐
- برامج الندوات ذات المحتوى الثقافي ☐
- البرامــج السياسيــــة ☐
- البرامــج الاقتصاديــة ☐
- البرامـــج المنوعـــة ☐
- البرامج الخاصـــــــة ☐
- البرامج الصحيـــــــة ☐
- برامــج الأحاديـــــث ☐
- البرامـــج الثقافيـــة ☐
- برامـــج المقابـــلات ☐
- البرامـــج الموجهـــة ☐

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

- البرامـــج الرياضيــــة ☐
- برامج الفيتشر (الإبراز) ☐

18. ما درجة اعتمادك على مشاهدة البرامج الإخبارية والسياسية على المحطـــات الدوليـــة الموجهة للحصول على المعرفة بالقضايا السياسية؟

كبيرة ☐ متوسطة ☐ محدودة ☐

19. ما درجة اعتمادك على مشاهدة البرامج الخاصة والإخبارية والسياسية علـــى القنـــوات الدولية الموجهة للحصول على المعرفة بالأحداث الجارية وشؤون الســـاعة العربيـــة والدولية؟

كبيرة ☐ متوسطة ☐ محدودة ☐

20. هل تتسم القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية بالحيادية والموضوعية فـــي طرحهـــا الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

21. إلى أي مدى تتسم بالمصداقية في طرحها الإعلامي للأحداث الجارية في العالم العربي؟ والأحداث الدولية؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

22. ما درجة تأييدك أو معارضتك لمضامين ومستوى البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية الموجهة؟

الرقم	المتغير	مؤيد	معارض	محايد
1	تقدم القنوات الأجنبية الموجهة معلومات حقيقية ودقيقة حول القضايا العربية والدولية والأحداث الجارية في المنطقة			
2	توفر القنوات مساحات كافية للحوار حول مختلف القضايا والمواضيع السياسية والاقتصادية وشؤون الساعة			
3	تسوق القنوات الدولية الموجهة صورة دولها للعالم العربي من خلال برامجها ووسائلها الإعلامية			
4	تساعد في تشكيل وعي حقيقي لما يدور حول المواطن من تحديات			
5	تصدير وتسويق صورتها الخارجية إلى مختلف الدول العربية			
6	تعمل القنوات الدولية على صياغة رسائلها الإعلامية بعناية كبيرة لتعلي من دور دولها في المجتمع الدولي			
7	تغرس معاني طيبة داخل نفوس المشاهدين بشكل غير مباشر			
8	ترتبط برامج القنوات الدولية وسياستها البرامجية بأجندات معينة تهدف إلى تحقيقها			
9	تحرص القنوات الدولية على التعريف بسياسة دولها ومواقفها من القضايا والأحداث والموضوعات العربية والدولية			
10	التعريف بثقافة دولها ومجتمعاتها وتراثها ومكانتها الدولية			
11	تتسم بالحيادية وعدم التحيز والموضوعية في طرحها الإعلامي			

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

23. برأيك هل يرتبط الطرح الإعلامي بأجندات سياسية معينة؟

- نعم ☐
- لا ☐
- لا أدري ☐

24. هل تعتقد أن هذه القنوات الفضائية تروج دعائياً لمواقف دولها السياسية وسياساتها الاقتصادية؟

- نعم ☐
- لا ☐
- لا أدري ☐

25. إذا كان لديك معلومات يمكن إضافتها إلى أسئلة الاستبانة، غير الأسئلة التي وردت فيها، أكتبها/اكتبيها من فضلك

....

....

....

تم تحكيم الأستبانة من قبل

أ.د. محمود شلبية

أ.د. هشام السلعوس

أ.د.فهمي الغزوي

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

<u>برامج قناة البي بي سي بالعربية</u>

GMT	
00:00	أخبار بي بي سي
00:05	دنيانا (إعادة)
01:00	أخبار بي بي سي
01:10	توب غير (إعادة)
02:00	أخبار بي بي سي
02:05	نقطة حوار (إعادة)
03:00	أخبار بي بي سي
03:10	بلا قيود (إعادة)
04:00	أخبار بي بي سي
05:00	أخبار بي بي سي
05:05	دنيانا (إعادة)
06:00	أخبار بي بي سي
07:00	أخبار بي بي سي
08:05	نقطة حوار(إعادة)
09:00	أخبار بي بي سي

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

10:00	أخبار بي بي سي
10:05	(دنيانا (إعادة
11:00	أخبار بي بي سي
12:30	(بلا قيود (إعادة
13:00	عالم ظهيرة
14:00	اخبار بي بي سي
14:10	(توب غير (إعادة
15:00	أخبار بي بي سي
15:05	أخبار بي بي سي
16:05	نقطة حوار
17:00	أخبار بي بي سي
17:30	المشهد
18:00	العالم هذا المساء
19:00	أخبار بي بي سي
19:30	وثائقيات
20:00	أخبار بي بي سي

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

(فور تك (إعادة	21:30
أخبار بي بي سي	22:00
(سينما بديلة (إعادة	22:10
(العالم هذا المساء (إعادة	23:00

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول برامج قناة فرانس 24 اليومي

بتوقيت باريس	البرنامج
13:15	ريبورتاج
21:42	في عمق الحدث المغربي
14:16	في عمق الحدث
17:15	هي الحدث
2:15	على النت
18:16	حدث اليوم
22:45	24 ساعة في فرنسا
19:10	النقاش
14:40	وقفة مع الحدث
21:20	وجهاً لوجه
20:24	نشرة النشرات
9:15	قراءة في الصحيفة الفرنسية

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول قناة السي سي تي في الصينية

توقيت مكة	توقيت بكين	يوم الاثنين
19:00	0:00	مسلسلات التلفزيونية
20:30	1:30	مسلسلات التلفزيونية
22:00	3:00	الحوار
22:30	3:30	السياحة في الصين
23:00	4:30	مسلسلات التلفزيونية
0:30	5:30	مسلسلات التلفزيونية
2:00	7:00	عالم الصور المتحركة
2:30	7:30	نافذة على الصين
3:00	8:00	السياحة في الصين
3:30	8:30	الفنون الصينية
4:00	9:00	الأخبار
4:30	9:30	أفلام وثائقية
5:00	10:00	الأخبار
5:15	10:15	تعلم معي
5:30	10:30	نافذة على الصين
6:00	11:00	السياحة في الصين
6:30	11:30	الفنون الصينية
7:00	12:00	الأخبار

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

7:30	12:30	مسلسلات التلفزيونية
9:00	14:00	الأخبار
9:15	14:15	تعلم معي
9:30	14:30	عالم الصور المتحركة
10:00	15:00	الحوار
10:30	15:30	أفلام وثائقية
11:00	16:00	الأخبار
11:30	16:30	نافذة على الصين
12:00	17:00	السياحة في الصين
12:30	17:30	الفنون الصينية
13:00	18:00	الأخبار
13:15	18:15	تعلم معي
13:30	18:30	مسلسلات التلفزيونية
15:00	20:00	الأخبار
15:30	20:30	نافذة على الصين
16:00	21:00	الحوار
16:30	21:30	أفلام وثائقية
17:00	22:00	الأخبار
17:15	22:15	تعلم معي
17:30	22:30	عالم الصور المتحركة
18:00	23:00	الأخبار
18:30	23:30	الحوار

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول البرامج اليومي لقناة روسيا اليوم

أسم البرنامج	نمط البرنامج
رحلة في الذاكرة	تاريخي
نبض المستقبل	علمي
بانوراما	منوع
قصارى القول	سياسي
مشاهدات	ثقافي
حديث اليوم	سياسي

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول برامج قناة يورونيوز

No comment
أوروبا
المجلة
هاي تيك
المفكرة
علوم الفضاء
مقابلات
عالم الغد
سينما
متروبوليتانز
موسيقي
مراسل
Focus
أسواق المال
تيرا فيفا
Innovation
Learning world
U talk
الأعمال في أسبوع
الأخبار + The network
أوربا في أسبوع

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

جدول برامج قناة العالم الإيرانية

بانوراما
حديث البحرين
صباح جديد
مع الحدث
الرأي الأول
تحت الضوء
انقلاب الصورة
العين الإسرائيلية
أسبوع في فلسطين
سيجنال

© Arabic Digital Library Yarmouk University